

UNIVERSIDAD DE CUENCA



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD
CARRERA DE TURISMO**

EL PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA AZOGUES

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERÍA EN TURISMO**

AUTORES:

JOSÉ ELIAS CADME GUAMÁN

C.I. 0302294681

JESSENIA MARIBEL CHANALATA CHUISACA

C.I. 0105958391

DIRECTOR:

MST. SILVANA VANESSA ASTUDILLO DURÁN

0103923363

CUENCA

2017 – 2018



RESUMEN

El presente trabajo de investigación que tiene como título “Perfil del turista que visita Azogues” surge de la necesidad de conocer las características de las personas que visitan el cantón Azogues, teniendo en cuenta que, para poder ofertar productos y servicios, se debe tener conocimiento de la demanda, siendo esto importante tanto para la parte privada como pública.

Al poseer el cantón Azogues diferentes atractivos culturales y naturales, además de estar localizada cerca de grandes atractivos de gran afluencia como la ciudad de Cuenca, patrimonio cultural de la humanidad e Ingapirca, complejo arqueológico más importante a nivel nacional; el cantón es más susceptible a recibir visitas de turistas nacionales y extranjeros, así mismo, se crea la necesidad de realizar diferentes investigaciones con referente a las características de los turistas que llegan a Azogues.

Para este proyecto se utilizó la combinación de la metodología tanto cuantitativa como la cualitativa, con sus diferentes técnicas de investigación como son: encuestas, análisis de información y observación directa.

La finalidad del presente proyecto es conocer las características de los turistas, para así poder generar un perfil de las personas que visitan el cantón, tomando en cuenta variables como: edad, género, lugar de procedencia, motivación, nivel de instrucción, etc., de tal manera que el cantón Azogues pueda dirigir sus esfuerzos y recursos de mejor manera, encaminado a mejorar el desarrollo del turismo en el cantón, así como incentivar a la investigación, pues se trata de generar información fiable en base a estudios e investigaciones.

Palabras clave: PERFIL TURÍSTICO, DEMANDA, CARACTERÍSTICAS, TURISTA, LOCAL, NACIONAL, INTERNACIONAL, AZOGUES Y TURISMO.



ABSTRACT

The present research work entitled "Profile of the tourist visiting Azogues" arises from the need to know the characteristics of people who visit the city, bearing in mind that, being able to offer products and services, and being aware of the demand is important for both, the private and public sectors.

The city of Azogues has different cultural and natural attractions, in addition to being located near of a great attraction, like the city of Cuenca, cultural heritage of mankind and Ingapirca, archaeological complex important nationwide; the city is more susceptible to receive visits of national and foreign tourists, it creates the need for different researches regarding the characteristics of tourists arriving in Azogues.

For this project, we used methodology combining both quantitative and qualitative, with different research techniques such as: surveys, analysis of information and direct observation.

The purpose of this project is to understand the characteristics of tourists, to be able to generate a profile of the people visiting the city, taking into account variables such as: age, gender, place of origin, motivation, level of instruction, etc., so that Azogues city can direct its efforts and resources to improve the development of its tourism, as well as to encourage research, since the aim of the study is to generate reliable information on the basis of studies and research.

Key Words: TOURIST PROFILE, DEMAND, CHARACTERISTICS, TOURIST, LOCAL, NATIONAL, INTERNATIONAL, AZOGUES AND TOURISM.



ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	1
ABSTRACT.....	2
ÍNDICE GENERAL.....	3
ÍNDICE DE GRÁFICOS	9
ÍNDICE DE TABLAS	12
ÍNDICE DE ANEXOS.....	13
DEDICATORIA.....	18
AGRADECIMIENTOS	20
INTRODUCCIÓN.....	22
CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN SOBRE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN AZOGUES	24
1.1 Antecedentes de la actividad turística en el cantón Azogues.....	24
1.2 Marco Teórico.....	26
1.2.1 Perfil turístico	26
1.2.2 Demanda turística.....	27
1.2.3 Turista internacional.....	29
1.2.4 Turista nacional	30
1.2.5 Turismo receptor	30
1.2.6 Turismo interno.....	31
1.3 Metodología de investigación	31
CAPÍTULO 2: DEFINICIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS TURISTAS LOCALES, NACIONALES E INTERNACIONALES QUE VISITAN EL CANTÓN AZOGUES: VARIABLES DEMOGRÁFICAS, PSICOGRÁFICAS Y SOCIOECONÓMICAS.	32
2.1 Perfil del turista local.....	33
2.1.1 Características demográficas.....	33
2.1.1.1 Género	33
2.1.1.2 Edad.....	33
2.1.1.3 Estado civil	34_Toc513234744
2.1.1.4 Lugar de procedencia	35
2.1.1.5 Número de personas con la que viaja.....	36
2.1.1.6 Frecuencia de visita.....	37



2.1.1.7	Días de permanencia en el destino	38
2.1.2	Características psicográficas	39
2.1.2.1	Motivación de viaje	39
2.1.3	Características socioeconómicas	40
2.1.3.1	Nivel de ingresos mensual.....	40
2.1.3.2	Gasto turístico por día	41
2.1.3.3	Nivel de instrucción	41
2.2	Perfil del turista nacional.....	42
2.2.1	Características demográficas	42
2.2.1.2	Edad	43
2.2.1.3	Estado civil	43
2.2.1.4	Lugar de procedencia	44
2.2.1.5	Número de personas con las que viaja	45
2.2.1.6	Frecuencia con la que visita el destino	46
2.2.1.7	Días de permanencia.....	47
2.2.2	Características psicográficas	48
2.2.2.1	Motivación de viaje	48
2.2.3	Características socioeconómicas	49
2.2.3.1	Nivel de ingresos mensual.....	49
2.2.3.2	Gasto turístico por día	50
2.2.3.3	Nivel de instrucción.....	50
2.3	Perfil del turista internacional	51
2.3.1	Características demográficas	51
2.3.1.1	Género	51
2.3.1.2	Edad	52
2.3.1.3	Estado civil	52
2.3.1.4	Lugar de procedencia	53
2.3.1.5	Número de personas con las que viaja	54
2.3.1.6	Frecuencia con la que visita el destino	54
2.3.1.7	Días de permanencia.....	55
2.3.2	Características Psicográficas.....	56
2.3.2.1	Motivación de viaje	56



2.3.3	Características socioeconómicas	57
2.3.3.1	Nivel de ingresos mensual.....	57
2.3.3.2	Gasto turístico por día	58
2.3.3.3	Nivel de instrucción.....	58
CAPÍTULO 3: DEMANDA DE SERVICIOS, ATRACTIVOS Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS QUE CONSTITUYEN EL PERFIL DEL TURISTA.		
3.1	Servicios turísticos utilizados por los turistas locales	60
3.1.1	Principales fuentes de información del turista local	60
3.1.2	Medios de transporte utilizados por el turista local	61
3.1.3	Alojamiento utilizado por el turista local	62
3.1.4	Servicio alimentario utilizado por el turista local	63
3.2	Actividades turísticas que el turista local está dispuesto a realizar.....	64
3.2.1	Grado de interés de turista local por visitar los atractivos	64
3.2.2	Grado de interés del turista local por realizar deporte extremos	65
3.2.3	Grado de interés del turista local por recorrer rutas temáticas	66
3.2.4	Grado de interés del turista local por convivir con la naturaleza	67
3.2.5	Festividad en la que el turista local prefiere participar	68
3.3	Atractivos que al turista local le gustaría visitar	69
3.3.1	Atractivos: Alfarería, herrerías, cestería y picapedreros.....	69
3.3.2	Atractivos: Plazas y parques, Complejo Arqueológico Cojitambo, bosques protegidos y paja toquilla.	70
3.3.3	Atractivos: Hidroeléctrica Mazar, Laguna de Saguín, Catedral y Santuario Franciscano	71
3.3.4	Atractivos: Iglesias, parroquia San Miguel, parroquia Taday y cerro Abuga 72	
3.3.5	Atractivos: Museos, parroquia Guapán y Centro Turístico la Vieja Estación.....	73
3.4	Servicios turísticos utilizados por el turista nacional	74
3.4.1	Principales fuentes de información del turista nacional	74
3.4.2	Medios de transporte utilizados por el turista nacional	75
3.4.3	Alojamiento utilizado por el turista nacional	76
3.4.4	Servicio alimentario utilizado por el turista nacional	77
3.5	Actividades turísticas que el turista nacional prefiere realizar en Azogues.....	78



3.5.1	Grado de interés del turista nacional por visitar los atractivos	78
3.5.2	Grado de interés del turista nacional por realizar deportes extremos	79
3.5.3	Grado de interés del turista nacional por recorrer rutas temáticas ..	80
3.5.4	Grado de interés del turista nacional por convivir con la naturaleza en Azogues	81
3.5.5	Festividad en las que el turista nacional prefiere participar	82
3.6	Atractivos turísticos que el turista nacional está dispuesto a visitar en Azogues	83
3.6.1	Atractivos: Alfarería, herrerías, cestería y picapedreros.....	83
3.6.2	Atractivos: Plazas y parque, Complejo Arqueológico Cojitambo, bosques protegidos y paja toquilla	84
3.6.4	Atractivos: Iglesias, parroquia San Miguel, parroquia Taday y cerro Abuga	86
3.6.5	Atractivos: Museos, parroquia Guapán y Centro Turístico la Vieja Estación.....	87
3.7	Servicios turísticos utilizados por el turista internacional durante su estadía en Azogues.....	88
3.7.1	Principales fuentes de información del turista internacional	88
3.7.2	Medios de transporte utilizados por el turista internacional	89
3.7.3	Alojamiento utilizado por el turista internacional.....	90
3.7.4	Servicio alimentario utilizado por el turista internacional.....	91
3.8	Actividades turísticas que el turista internacional prefiere realizar en Azogues.....	92
3.8.1	Grado de interés del turista internacional por visitar los atractivos	92
3.8.2	Grado de interés del turista internacional por realizar deportes extremos	93
3.8.3	Grado de interés del turista internacional por recorrer rutas temáticas	94
3.8.4	Grado de interés del turista internacional por convivir con la naturaleza.....	95
3.8.5	Festividad en la que el turista internacional está dispuesto a participar	96
3.9	Atractivos turísticos que el turista internacional está dispuesto a visitar en Azogues	97
3.9.1	Atractivos: Alfarería, herrerías, cestería y picapedreros.....	97



3.9.2	Atractivos: Plazas y parque, Complejo Arqueológico Cojitambo, bosques protegidos y paja toquilla	98
3.9.3	Atractivos: Hidroeléctrica Mazar, laguna de Saguín, Catedral y Santuario Franciscano	99
3.9.4	Atractivos: Iglesias, parroquia San Miguel, parroquia Taday y cerro Abuga 100	
3.9.5	Atractivos: Museos, parroquia Guapán y Centro Turístico la Vieja Estación.....	101
CAPÍTULO 4: RESUMEN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS		102
4.1	Descripción de resultados.....	102
4.1.1	Turista local	102
4.1.1.1	Dinero invertido por el turista local de acuerdo al género.....	102
4.1.1.2	Festividad en la que el turista nacional desea participar de acuerdo a la edad.....	103
4.1.1.3	Dinero que el turista nacional gasta en alimentación	104
4.1.1.4	Medio de información utilizado por el turista nacional de acuerdo a la edad	104
4.1.1.5	Motivación del turista nacional por visitar Azogues en relación a la procedencia	105
4.1.1.6	Dinero invertido por el turista nacional de acuerdo a la procedencia	106
4.1.2	Turista nacional	107
4.1.2.1	Dinero invertido por el turista nacional de acuerdo al género.....	107
4.1.2.2	Festividad en la que el turista nacional desea participar de acuerdo a la edad.....	108
4.1.2.3	Dinero que el turista nacional gasta en alimentación	109
4.1.2.4	Medio de información utilizado por el turista nacional de acuerdo a la edad.....	110
4.1.2.5	Motivación del turista nacional por visitar Azogues en relación a la procedencia	111
4.1.2.6	Dinero invertido por el turista nacional de acuerdo a la procedencia	112
4.1.3	Turista Internacional	112
4.1.3.1	Dinero invertido por el turista internacional de acuerdo al género	112



4.1.3.2 Festividad en la que el turista nacional desea participar de acuerdo a la edad.....	113
4.1.2.3 Dinero que el turista nacional gasta en alimentación	114
4.1.2.4 Medio de información utilizado por el turista nacional de acuerdo a la edad	114
4.1.3.5 Motivación del turista nacional por visitar Azogues en relación a la procedencia	115
4.1.3.6 Dinero invertido por el turista nacional de acuerdo a la procedencia	116
CONCLUSIONES.....	117
Perfil del turista local.....	117
Perfil del turista nacional.....	118
Perfil del turista internacional	120
RECOMENDACIONES	122
Bibliografía.....	125
Anexos	130



ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Turista local: Género	33
Gráfico 2	Turista local: Edad	33
Gráfico 3	Turista local: Estado civil	34
Gráfico 4	Turista local: lugar de procedencia	35
Gráfico 5	Turista local: Personas con que viaja.....	36
Gráfico 6	Turista local: Frecuencia de visita	37
Gráfico 7	Turista local: días de permanencia	38
Gráfico 8	Turista local: principales motivaciones	39
Gráfico 9	Turista local: nivel de ingreso.....	40
Gráfico 10	Turista local: gasto por día.....	41
Gráfico 11	Turista local: nivel de instrucción	41
Gráfico 12	Turista nacional: género	42
Gráfico 13	Turista nacional: edad.....	43
Gráfico 14	Turista nacional: ingreso	43
Gráfico 15	Turista nacional: lugar de procedencia	44
Gráfico 16	Turista nacional: personas con que viaja	45
Gráfico 17	Turista nacional: frecuencia de visita	46
Gráfico 18	Turista nacional: días de permanencia	47
Gráfico 19	Turista nacional: principales motivaciones	48
Gráfico 20	Turista nacional: ingreso mensual.....	49
Gráfico 21	Turista nacional: gasto por día.....	50
Gráfico 22	Turista nacional: nivel de instrucción	50
Gráfico 23	Turista internacional: género.....	51
Gráfico 24	Turista internacional: edad.....	52
Gráfico 25	Turista nacional: estado civil	52
Gráfico 26	Turista internacional: lugar de procedencia.....	53
Gráfico 27	Turista internacional: personas con que viaja	54
Gráfico 28	Turista internacional: frecuencia de visita	54



Gráfico 29	Turista internacional: días de permanencia.....	55
Gráfico 30	Turista internacional: principales motivaciones	56
Gráfico 31	Turista internacional: nivel de ingreso mensual.....	57
Gráfico 32	Turista internacional: gasto por día	58
Gráfico 33	Turista Internacional: nivel de instrucción	58
Gráfico 34	Fuentes de información para el turista local	60
Gráfico 35	Transportes utilizados por el turista local	61
Gráfico 36	Tipo de alojamiento utilizado por el turista local	62
Gráfico 37	Servicios alimentarios utilizados por los turistas locales	63
Gráfico 38	Turista local: interés por visitar los atractivos	64
Gráfico 39	Turista local: interés por realizar deportes extremos	65
Gráfico 40	Turista local: interés por recorrer rutas temáticas	66
Gráfico 41	Turista local: Interés por convivir con la naturaleza.....	67
Gráfico 42	Turista local: interés por participar en las festividades	68
Gráfico 43	Turista local: Interés por conocer la alfarería, herrerías, cestería y picapedreros	69
Gráfico 44	Turista local: Interés por conocer plazas y parques, complejo Cojitambo, bosques protegidos y paja toquilla	70
Gráfico 45	Turista local: interés por conocer Mazar, laguna de Saguín, Catedral y Santuario Franciscano	71
Gráfico 46	Turista local: Interés por conocer las iglesias, parroquias San Miguel y Taday y el cerro Abuga	72
Gráfico 47	Turista local: Interés por conocer los museos, Guapán y la Vieja Estación	73
Gráfico 48	Fuentes de información del turista nacional	74
Gráfico 49	Transporte utilizado por el turista nacional	75
Gráfico 50	Alojamiento utilizado por el turista nacional	76
Gráfico 51	Servicio alimentario utilizado por el turista nacional	77
Gráfico 52	Turista nacional: interés por conocer los atractivos.....	78
Gráfico 53	Turista nacional: interés por realizar deportes extremos	79



Gráfico 54 Turista nacional: interés por recorrer rutas temáticas	80
Gráfico 55 Turista nacional: interés por convivir con la naturaleza	81
Gráfico 56 Turista nacional: interés por participar en las festividades	82
Gráfico 57 Turista nacional: Interés por conocer la alfarería, herrerías, cestería y picapedreros	83
Gráfico 58 Turista nacional: interés por conocer plazas y parques, complejo Cojitambo, bosques protegidos y paja toquilla	84
Gráfico 59 Turista nacional: Interés por conocer Mazar, laguna de Saguín, Catedral y el Santuario Franciscano	85
Gráfico 60 Turista nacional: interés por conocer las iglesias, parroquias San Miguel y Taday y el cerro Abuga	86
Gráfico 61 Turista nacional: interés por conocer los museos, Guapán y la Vieja Estación	87
Gráfico 62 Fuentes de información del turista internacional	88
Gráfico 63 Transporte utilizado por el turista internacional	89
Gráfico 64 Alojamiento utilizado por el turista internacional.....	90
Gráfico 65 Servicio alimentario utilizado por el turista internacional	91
Gráfico 66 Turista internacional: interés por conocer los atractivos	92
Gráfico 67 Turista internacional: interés por realizar deportes extremos	93
Gráfico 68 Turista internacional: interés por recorrer rutas turísticas.....	94
Gráfico 69 Turista internacional: interés por convivir con la naturaleza	95
Gráfico 70 Turista internacional: interés por participar en las festividades	96
Gráfico 71 Turista internacional: interés por conocer la alfarería, herrerías, cestería, picapedreros.....	97
Gráfico 72 Turista internacional: interés por conocer plazas y parques, complejo arqueológico Cojitambo, bosques protegidos, paja toquilla	98
Gráfico 73 Turista internacional: interés por conocer Mazar, laguna de Saguín, catedral y santuario franciscano.....	99
Gráfico 74 Turista internacional: interés por conocer las iglesias, parroquia San Miguel, Taday, cerro Abuga	100



Gráfico 75 Turista internacional: Interés por conocer los museos, Guapán y la Vieja Estación	101
--	-----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Turista local: Nivel de gasto de acuerdo al género	102
Tabla 2 Turista local: Festividad que desea participar de acuerdo a la edad..	103
Tabla 3 Turista local: Dinero invertido en alimentación	104
Tabla 4 Turista local: Medios de información de acuerdo a la edad	104
Tabla 5 Turista local: Motivación de viaje de acuerdo al lugar de procedencia	105
Tabla 6 Turista local: Dinero invertido según la procedencia.....	106
Tabla 7 Turista nacional: Nivel de gasto de acuerdo al género	107
Tabla 8 Turista nacional: Festividad que desea participar de acuerdo a la edad	108
Tabla 9 Turista nacional: Dinero invertido en alimentación	109
Tabla 10 Turista nacional: Medios de información de acuerdo a la edad	110
Tabla 11 Turista nacional: Motivación de viaje de acuerdo al lugar de procedencia	111
Tabla 12 Turista nacional: Dinero invertido según la procedencia.....	112
Tabla 13 Turista internacional: Nivel de gasto de acuerdo al género	112
Tabla 14 Turista internacional: Festividad que desea participar de acuerdo a la edad.....	113
Tabla 15 Turista internacional: Dinero invertido en alimentación.....	114
Tabla 16 Turista Internacional: Medios de información de acuerdo a la edad	114
Tabla 17 Turista internacional: Motivación de viaje de acuerdo al lugar de procedencia	115
Tabla 18 Turista internacional: Dinero invertido según la procedencia.....	116



ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Encuesta aplicada a los turistas nacionales	130
Anexo 2: Encuesta aplicada a los turistas internacionales	132
Anexo 3 Fotografías de las encuestas realizadas en atractivos del cantón Azogues	134
Anexo 4 Boletín Turístico	134



Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

José Elias Cadme Guamán en calidad de autor/a y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación “Perfil del turista que visita Azogues”, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 18 de julio de 2018

José Elias Cadme Guamán

C.I: 0302294681



Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

Jessenia Maribel Chanalata Chuisaca en calidad de autor/a y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Perfil del turista que visita Azogues", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 18 de julio de 2018

Jessenia Maribel Chanalata Chuisaca

C.I: 0105958391



Cláusula de Propiedad Intelectual

José Elías Cadme Guamán, autor/a del trabajo de titulación “Perfil del turista que visita Azogues”, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, 18 de julio de 2018

José Elías Cadme Guamán

C.I: 0302294681



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cláusula de Propiedad Intelectual

Jessenia Maribel Chanalata Chuisaca, autor/a del trabajo de titulación "Perfil del turista que visita Azogues", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, 18 de julio de 2018

Jessenia Maribel Chanalata Chuisaca

C.I: 0105958391



DEDICATORIA

Dedico este logro a Dios, mi familia y amigos que siempre estuvieron a mi lado, ellos se convirtieron en el motor de mi vida, me ayudaron a sobrellevar momentos difíciles y fueron mi ejemplo a seguir en varios momentos de la vida.

Hoy soy quien soy gracias a ellos, es por esto que, les dedico a ellos este nuevo paso que estoy dando en pro de alcanzar mi más anhelado sueño. No los he olvidado hoy y no los olvidaré nunca, gracias por el apoyo, se necesita gente como ustedes para tener personas valientes, emprendedoras y honestas en el futuro.

Jessenia Chanalata



DEDICATORIA

Dedico este triunfo a mi madre, hermanas y hermanos, quienes me han apoyado en todo momento, en especial a mi hermano Moisés, así como a todos mis amigos que han permanecido a mi lado, ya sea en los momentos buenos o malos.

También a todos mis maestros y maestras, y a todas las personas que hicieron posible subir un peldaño más en mi vida profesional y personal.

Gracias Totales.

José Cadme



AGRADECIMIENTOS

No existen palabras que puedan expresar lo agradecida que estoy con mi madre y mi abuelita por su apoyo y motivación, ellas han sido padre, madre y sobre todo amigas incondicionales para mí, siempre me han demostrado que la perseverancia y actitud positiva frente a las adversidades de la vida, son la clave para alcanzar el éxito. Espero poder compartir con ellas muchas alegrías más y en un futuro ser yo quien pueda cuidar de ellas, con el mismo amor desinteresado con el que ellas me han cuidado todos estos años, gracias mamás.

De igual manera, me gustaría expresar mi agradecimiento a Dios, por no dejarme caer, por todas las bendiciones brindadas, por obsequiarme el mejor regalo que se podría desear, mis mamás y por recorrer este complicado camino junto a mí.

Gracias también, mi querido compañero de estudios y amigo, José Cadme, sé que es difícil sobrellevar mi carácter, pero tú has soportado con valentía, espero que nuestra amistad dure por muchos años más, y que en el transcurso de nuestras vidas podamos darnos una mano el uno al otro para alcanzar nuestras metas. Le pusiste alegría a mi vida con tus ocurrencias y le diste un rumbo con tus consejos, gracias amigo.

Jessenia Chanalata



AGRADECIMIENTOS

Doy gracias a Dios, por la sabiduría y paciencia que me ha dado para culminar una etapa más de mi vida, a mi madre, quien supo darme el ejemplo a seguir y no rendirse a pesar de las circunstancias, mis hermanos y hermanas, quienes al igual que mi madre me han sabido educar de la mejor manera, demostrando que las adversidades no son limitantes para conseguir lo que se desea. Gracias hermano Marco, fuiste quien hizo posible todo, pues me apoyaste de manera económicamente y emocional, convirtiéndote en un padre para mí.

También agradezco a mi amiga y compañera de carrera, Jessenia, quien me ha corregido en mis errores y ayudarme a mejorar, y quien ha sido la única amiga que se ha quedado hasta el final y nunca me ha defraudado. De igual manera agradezco a Elizabeth Mocha, quien sin importar las circunstancias me ha ayudado con lo que ha podido.

Finalmente agradezco a mi tutora, Mst. Silvana Aastudillo, por dirigir el presente proyecto y sobre todo tener paciencia en revisar cada error y corregirlo, y al Municipio de Azogues y la Unidad de Turismo, por darte apertura al proyecto y facilitar toda información necesaria.

José Cadme



INTRODUCCIÓN

Con el presente proyecto se desea contribuir a uno de los objetivos turísticos de la provincia del Cañar, que es “Sistematizar información permanente sobre la actividad turística, regional, nacional e internacional, para la toma de decisiones en el momento de plantear rutas turísticas, desde la visión de la demanda” (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cañar, 2015, p. 14), es decir que, al generar un perfil del turista, a más de superar un déficit de información de la demanda, también se estará colaborando con instituciones gubernamentales, como la Unidad de Turismo y el Departamento de Cultura del cantón Azogues provincia del Cañar, instituciones que trabajan de forma coordinada para la toma de decisiones relacionadas con programas o proyectos en base a una información real y actualizada. Así mismo, las empresas prestadoras de servicios podrán utilizar el perfil del turista para generar nuevas estrategias o incluso segmentar el mercado y enfocarse a un solo tipo de turistas.

Actualmente, gracias a la aparición de nuevos destinos turísticos, el desarrollo de la industria turística y los avances tecnológicos se ha visto necesaria la realización de estudios para mejorar la calidad de los servicios ofertados. Esto puede convertirse en una realidad al conocer el perfil del turista; debido a que es vital conocer las preferencias del turista para poder cubrir las expectativas durante su visita al cantón.

El turista es considerado, el motor que mueve al sistema turístico al hacer uso de los diferentes servicios turísticos, facilidades y otros servicios que complementan un destino, y si no tenemos claro el perfil del turista, no se puede ofrecer, promocionar, ni lograr que el turismo se desarrolle en un destino.

Las autoridades encargadas de la promoción turística en el cantón, pueden aprovechar la información que se puede obtener de este estudio para crear campañas de promoción y lanzar productos de forma estratégica y planificada. Además de esto, se promueve la creación de alianzas entre el sector público y privado, fomentando el trabajo conjunto en beneficio de la mejora de calidad,



captación de turistas y diversificación de la oferta. Los empresarios conocedores del tema podrán llevar a cabo acciones para ser más competitivos usando como referencia el grado de interés que reportan los turistas.

El SECTUR sostiene que, contar con un estudio del perfil del turista permitirá:

identificar la inversión óptima para incrementar la productividad del sector, los datos a recolectar servirán también como base para las negociaciones ante autoridades locales, a fin de que se atiendan los temas evaluados negativamente por el turista, que tienen que ver con los servicios públicos y que, si se mejoran, influyen en el incremento de su satisfacción (2012, p.6).

Mediante la realización de encuestas se identificará el perfil de los turistas que llegan a Azogues, proporcionando información para el diseño de estrategias de marketing efectivas, ayudando en el posicionamiento y competitividad de los agentes implicados en la actividad turística, al tomar en cuenta el punto de vista de los turistas. Desde una perspectiva actual este estudio ayudará en la orientación de la estrategia de marketing dando a conocer las características del turista para proporcionarle aquello que desea y demanda.

No se puede trazar una oferta que sea atrayente para el turista sin saber cuales son sus características. En este sentido, la existencia de información estadística relacionada con perfiles turísticos puede constituir la base de partida para determinar los diferentes segmentos de demanda, y consolidar la oferta turística existente.

Así, el análisis de los perfiles turísticos se convierte en un factor clave para entender cuales son las motivaciones por las que los turistas demanda un producto. Los agentes del sector turístico deben asegurarse de que entienden al turista y que cubren sus necesidades.



CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN SOBRE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN AZOGUES

1.1 Antecedentes de la actividad turística en el cantón Azogues.

El turismo, según la Organización Mundial de Turismo (2016), representa:

el 10% del PIB a nivel mundial, generando uno de cada 11 empleos, con 1,5 billones en exportaciones, el 7 % del comercio internacional y un 30% en exportaciones de servicios, destaca además que, en este siglo la industria turística y de ocio será considerada como el primer sector de la economía mundial.

El Ecuador por su parte, conocido como el país de los cuatro mundos, posee una diversidad cultural y natural que lo ha convertido en un destino visitado a nivel mundial. El turismo en el país, constituye la tercera fuente de ingresos económicos, con planes a futuro de ocupar el primer lugar por sobre el petróleo, cambiando así la matriz productiva del país, al convertirse en la principal fuente de ingresos. (El Comercio, 2014, p.3).

El turismo tanto a nivel macro como micro ha tenido gran aceptación, por lo que, con el pasar del tiempo, se ha desarrollado en varios destinos del país, sin embargo, de acuerdo a la Agenda Territorial de Cañar, en la provincia, los servicios de alojamiento, turismo y restauración, “si bien son uno de los ejes más promisorios de desarrollo en la Región 6, la provincia de Cañar es la que menos auge muestra en relación a las tres provincias que componen la zona” (2011, p. 34).

También, sostiene que al contar con varios atractivos turísticos, una buena infraestructura, y una correcta planificación basada en información real, podrían convertirlo en un destino turístico apetecible para los visitantes, desafortunadamente, el turismo en el cantón no ha podido desarrollarse de manera sistemática, ya que, los diferentes actores turísticos en el cantón no tienen predisposición para trabajar conjuntamente en pro del bienestar de



Azogues, los cargos administrativos están ocupados por profesionales de otras especialidades que no tienen una visión clara del sector, la promoción no está dirigida a un segmento de mercado específico, ni tampoco se busca el bienestar de la comunidad en la que operan, sino más bien, el beneficio propio.

Así mismo, la Unidad de Turismo maneja información de estadísticas con relación a la llegada de los turistas, las cuales obtienen de los diferentes registros provenientes de las empresas de hospedaje turístico, en las que se puede apreciar las motivaciones o razones por las que el turista visita Azogues. Sin embargo, esta información es escasa, debido a que, no todas las instituciones dedicadas al hospedaje están vinculadas con los organismos de turismo, por lo que, las personas que visitan otros establecimientos de alojamiento no entran al registro de visitas, por ende, la información obtenida no abarca el mercado total que llega al cantón.

Por otro lado, en atractivos como los cerros Cojitambo y Abuga, con gran afluencia de turistas, no existe una recolección de datos de los visitantes, dada la falta de recursos y personal calificado para realizar esta actividad, igualmente, este inconveniente se repite en otros atractivos de gran importancia por la cantidad de turistas que reciben, tal es el caso del recurso natural, aguas termales de Guapán, actualmente en proceso de construcción de una infraestructura adecuada, en el que tampoco se lleva un registro de turistas que acuden al lugar. Es por ello que, realizar un estudio que permita conocer el mercado turístico que visita el cantón Azogues no solo es pertinente sino además necesario. Otro aspecto que se vería beneficiado es la gestión de recurso del cantón, pues al conocer la demanda turística se puede ir caracterizando a Azogues en base a las preferencias de los turistas (Fernández, 2012), de esta forma los recursos se los invertiría de forma eficaz, generando proyectos que contribuyan al desarrollo turístico.

Astudillo y Prada-Trigo (2017) sostienen que es necesaria la creación de políticas públicas que fomenten la inversión en la investigación y desarrollo y la



cualificación de los recursos humanos para incentivar la creación de nuevos productos turísticos y procesos innovadores, la inserción de nuevas tecnologías de la información y la comunicación y novedosos procesos organizacionales que dinamicen el sector turístico y a su vez, los modos de operar de las empresas dentro del sector turístico.

1.2 Marco Teórico

1.2.1 Perfil turístico

Para determinar el perfil del turista de Azogues, se precisa considerar los siguientes argumentos que sustentarán la importancia de realizar dicho estudio, para lo cual, Pat Fernández y Calderón (2012) manifiestan que:

El perfil turístico alude a la caracterización a un destino turístico. La caracterización con frecuencia se basa en variables socioeconómicas y demográficas de los turistas. El perfil permite conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas a efecto de mejorar la gestión de las empresas y los destinos turísticos. (p. 50)

El análisis del perfil turístico constituye por ende un fundamento clave, que, a más de generar información pertinente y necesaria, puede ayudar a las empresas pertenecientes al sector turístico, a tener un panorama claro de los turistas que llegan al cantón, con el afán de hacer turismo y conocer nuevos destinos, estimulando la diversificación de la oferta turística en el cantón.

Cada persona tiene gustos y preferencias singulares que los diferencian de otros, cada uno ve un destino desde diversos contextos, y busca nuevas experiencias de acuerdo a su motivo de viaje, es por eso que, al plantear esta investigación se apunta a obtener un perfil turístico lo más ligado a la realidad, convirtiéndose en sustento para investigaciones futuras.

Gisolf (2017) en su artículo titulado, Sostenibilidad y el estilo de vida de los turistas, manifiesta que “los datos generados de los perfiles turísticos pueden ser



utilizados para ayudar a predecir el comportamiento de un turista en un ambiente (turístico) específico, su selección de tipo de vacaciones o destino y además sus formas de experimentar”.

Además de esto, Quesada Castro (2010) asegura que:

Al comprender de qué manera se organizan los viajes y las características que estos y los turistas pueden adoptar, es factible obtener parámetros básicos y realizar perfiles para satisfacer las necesidades de los turistas, así como también visualizar las mejoras en el desarrollo de la actividad turística según las situaciones que se presenten. (p.361)

Finalmente, se concluye que definir el perfil del turista, es un objetivo que puede cumplirse con mayor facilidad, al contar con la ayuda de las autoridades que tiene a su cargo el desarrollo de la actividad turística en el cantón Azogues, beneficiándose con el producto de esta investigación, actores tanto públicos como privados que hacen de esta actividad su sustento diario.

1.2.2 Demanda turística

Dentro del proyecto investigativo, uno de los principales conceptos a manejar y el cual es clave, debido a que, de este se desprende el tema de investigación, es la demanda turística, para lo cual, se definirá este término buscando tener más claro su significado y sobre todo realizar una investigación precisa, sin desviarse de la temática. En cuanto a este término Socotelli (2013) define a la demanda turística como:

el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje. Sean éstos los turistas, viajeros y visitantes, independientemente de las motivaciones que les animan a viajar y del lugar que visitan o planean visitar. (p. 1)

Además, Rigol (2009) concluye que la demanda turística la constituyen:



los consumidores actuales y potenciales que desean, pueden y están dispuestos a disfrutar el conjunto de facilidades, atractivos, actividades, bienes y (o) servicios turísticos en función del precio y su renta, en lugares distintos al sitio de trabajo y residencia habitual durante un cierto período de tiempo. (p.6)

Analizando las conceptualizaciones anteriores, lo más destacado es, el tipo de consumidores, y sobre todo que parte de la demanda son turistas eventuales o potenciales. Siendo importante esta aclaración pues al realizar las encuestas para la búsqueda del perfil, no se deberá tomar en cuenta sólo aquellos turistas que ya han visitado o están visitando el cantón Azogues, sino también se debe considerar a aquellos que visitarán el cantón.

Por otro lado, la OMT (2008) sostiene que “los turistas, viajeros y visitantes forman la demanda turística y, tras este término, se encuentra un grupo heterogéneo de personas; un agregado de personalidades e intereses con diferentes características sociodemográficas, motivaciones y experiencias” (p. 48). Al realizar una comparación con anteriores definiciones, se observa que los autores coinciden en las diferentes clases de consumidores que existen, así como la motivación o razón por la cual visitan o desean visitar un lugar.

En adición a esto Sancho (2008) menciona:

son varias las clasificaciones que existen dentro de la demanda turística y todas ellas son de gran interés ya que, a través de la identificación de los modelos de demanda, se busca - además de la ya mencionada homogeneización conceptual que facilite la elaboración de estadísticas - formular adecuadas estrategias de marketing. (p.45)

Así mismo, el Servicio Nacional de Turismo de Chile (2008) considera a la demanda turística como “el total de personas que viaja o desea viajar para usar las instalaciones y servicios turísticos ubicados en lugares distintos al de residencia y trabajo de los usuarios” (p. 6). A diferencia de las conceptualizaciones anteriores, y como un adicional, este hace referencia a las instalaciones que están fuera del lugar habitual de las personas.



Por su parte, el Ministerio de Turismo (2015) en su proyecto Ecuador potencia turística define a la demanda turística como “la cantidad de bienes y servicios que están disponibles para los turistas o el número de turistas que están consumiendo estos bienes” (p.34).

Aunque las conceptualizaciones antes presentadas, coinciden en que, la demanda turística es la suma de los consumidores que han visitado o desean visitar un lugar, motivados por diferentes razones, también se debe tomar en cuenta a esta como, la cantidad de bienes y servicios disponibles para el turista, conceptos que servirán como fundamento para la realización del trabajo investigativo.

1.2.3 Turista internacional

Para realizar las encuestas del proyecto, se dividió en base a los datos proporcionados por la Unidad de Turismo del cantón Azogues, la cual segmenta al turista en base al lugar de procedencia, es así que, se tiene el turista internacional, nacional y local.

Si bien no existe una definición exacta del turista internacional, para la OMT (2015), el turismo internacional “incluye el turismo receptor y el turismo emisor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del país de referencia”. Es decir que, para ser considerado turista internacional, este debe realizar actividades turísticas fuera de su país de origen o de referencia.

Por otro lado, de acuerdo a la Guía en Turismo (2010), se conoce como turismo internacional a “aquel que comprende todas aquellas actividades llevadas a cabo por los turistas o visitantes fuera de su país de residencia”. Comparando con la anterior definición de la OMT, estas dos definiciones de turismo internacional son muy semejantes, por ende, las personas que posean estas cualidades se les consideraría como turista internacional. Así mismo, se habla mucho de turismo interno y receptor, para lo cual, se ha considerado pertinente ahondar en los términos antes mencionados.



1.2.4 Turista nacional

Dentro del cantón Azogues también existen turistas nacionales, que al igual que el término de turistas internacionales, no hay una definición precisa, pero Portugal (2008), define al turismo nacional como aquel que “practican los nacionales y extranjeros residentes en el país dentro de las fronteras de éste”. En otras palabras, todas las personas que viven o son residentes y se mueven dentro del país realizando actividades turísticas.

Por otro lado, también se maneja conceptos como turismo doméstico el cual es sinónimo de turismo nacional, así pues, según Quezada (2010) este “se compone de los viajes realizados por las personas nacidas y residentes de un país dentro de su territorio” (p. 48). Tanto la primera como la segunda definición dan características específicas, las cuales nos servirían para definir al turista nacional, una de ellas es que la persona debe vivir o ser residentes en caso de los extranjeros en el país en el cual realizan actividades turísticas, y además que solo deben ser dentro de los límites de dicho país, pues caso contrario se convertiría en turista internacional.

También se aplicará la segmentación de turista local, el cual es un concepto acogido por la Unidad de Turismo, que hace referencia a las personas que se meuyen de forma interna dentro de la provincia del Cañar.

1.2.5 Turismo receptor

El turismo receptor es el que forma parte del turismo internacional, y la OMT (2015) lo define como “el turismo realizado por los extranjeros que lo visitan”. Como se puede observar no es un concepto difícil de entender, y la definición de la OMT es simple, pero para respaldar un poco más el concepto también se tomará en cuenta el concepto de Sancho (2008), que define al turismo receptor en el cual los turistas son los “no residentes procedentes de un país determinado”



(p. 51). En conclusión, turismo receptor hace referencia a las personas no residentes que visitan un país.

1.2.6 Turismo interno

Al igual que el anterior término, es un concepto muy manejado en la industria del turismo y sencillo de comprender. La OMT (2015), lo define como aquel que “es realizado dentro de las fronteras nacionales de un país por los propios residentes de ese país” (párr. 26). No se utilizará mayores fuentes pues todos coinciden con la misma definición, y más bien se volvería repetitivo, pues al ser la OMT una organización a nivel mundial, gran parte de autores y archivos relacionados con la conceptualización se rigen por lo que menciona este organismo.

1.3 Metodología de investigación

La metodología que se utiliza en la investigación es cuantitativa a través de encuestas a los turistas nacionales y extranjeros que visitan Azogues. El objetivo del estudio es caracterizar a los turistas e identificar los atractivos turísticos y los servicios que visitan. Para obtener la muestra se consideró como población al registro de datos de la Unidad de Turismo de Azogues correspondientes al año 2016. Los datos revelan que el total de turistas que llegan al cantón es de 637, de los cuales el 15% son locales, 76% nacionales y 9% internacionales.

El tamaño muestral corresponde a 350 encuestas con un 95% de confianza y un 5% de error. Se estratificó la muestra a 80 turistas locales, 50 internacionales y 220 nacionales. Se realizó una encuesta con preguntas estructuradas, la cual se encuentra en el Anexo 1. Las encuestas se realizaron del 1 de diciembre de 2017 hasta el 1 de marzo de 2018, en festividades como: Navidad, Fin de año, Año Nuevo, y la Procesión de la Virgen de la Nube, temporadas con gran afluencia de turistas.



CAPÍTULO 2: DEFINICIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS TURISTAS LOCALES, NACIONALES E INTERNACIONALES QUE VISITAN EL CANTÓN AZOGUES: VARIABLES DEMOGRÁFICAS, PSICOGRÁFICAS Y SOCIOECONÓMICAS.

Para la realización de la encuesta que permitió conocer el perfil del turista que visita el cantón Azogues, se tomó en cuenta sugerencias de la Unidad de Turismo, se analizó otros proyectos turísticos de Quito y Chimborazo relacionados con perfiles turísticos, además de utilizar clasificaciones y tipologías de entidades nacionales como lo es el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) y documentos como el Reglamento de Alojamiento turístico y el Reglamento de Actividades turísticas.

Por otro lado, con el objetivo de abarcar gran parte del cantón, las encuestas se realizaron en diferentes atractivos turísticos de Azogues, entre los que están; el Cerro Abuga, el Complejo Arqueológico Cojitambo, el Itur ubicado junto al Santuario Franciscano, las aguas termales de Guapán, el Terminal Interprovincial Segundo Serrano, la Unidad de Turismo ubicada en el Parque del Trabajo, los hoteles Peleusí y Cordillera, los hostales Guzmán e Inca Trails y la hostería La Concordia, quienes permitieron el acceso a estos establecimientos de alojamiento turístico para realizar las encuestas. Además de parroquias aledañas como Javier Loyola, Jatumpamba, San Miguel de Porotos y Taday.

Actualmente la Unidad de Turismo del cantón Azogues maneja 3 perfiles turísticos que son; turistas nacionales, turistas internacionales y turistas locales, por lo que la investigación se ha realizado tomando en cuenta estos 3 perfiles.

Las encuestas se realizaron en el período correspondiente del 1 de diciembre del 2017 hasta el 1 de marzo del 2018, aprovechando festividades como la Navidad, Fin de año, Año Nuevo, y la Procesión de la Virgen de la Nube, temporadas con gran afluencia de turistas.

2.1 Perfil del turista local

2.1.1 Características demográficas

2.1.1.1 Género

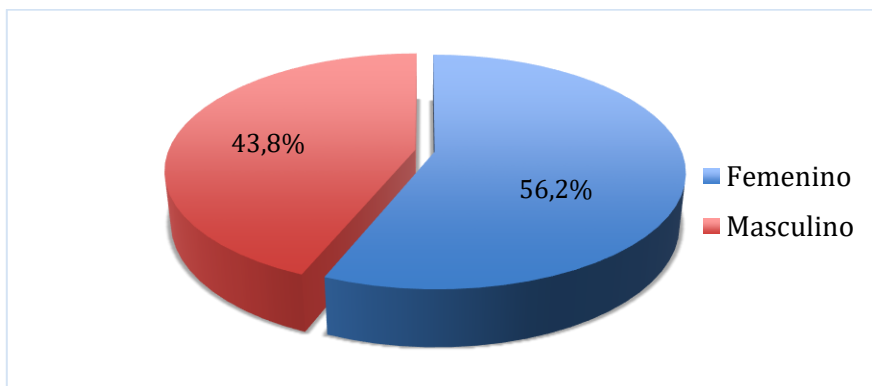


Gráfico 1 Turista local: Género

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en el gráfico anterior, del 100% de encuestados, el 56,2% está representado por turistas locales de género femenino, mientras que, el otro 43,8% hace referencia a turistas locales de género masculino que se desplazaron por Azogues durante el tiempo en el que se realizó las encuestas.

2.1.1.2 Edad

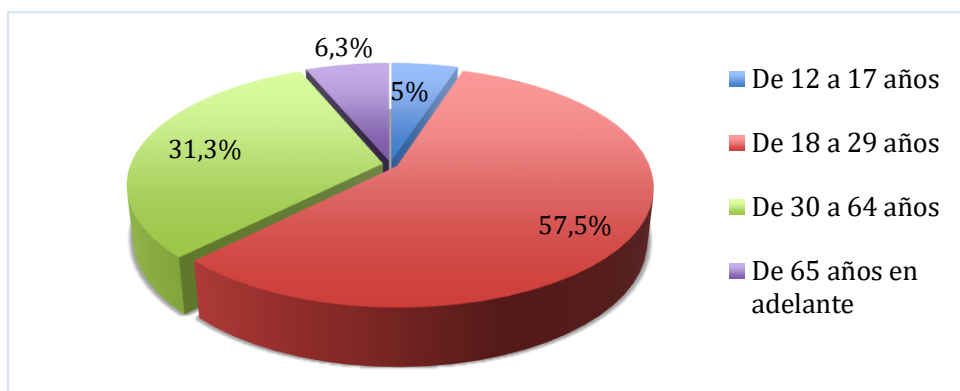


Gráfico 2 Turista local: Edad

Fuente: Elaboración Propia



Los rangos de edad utilizados en esta pregunta, se realizaron con base en los datos obtenidos en el INEC, es así que, se ha podido establecer que un 5% de los turistas están en una edad de entre 12 y 17 años, un 57,5% representa a turistas entre los 18 y 29 años de edad, el 32,3% corresponde a turistas entre los 30 y 64 años de edad y un 6,3% equivale a personas de 65 años en adelante.

2.1.1.3 Estado civil

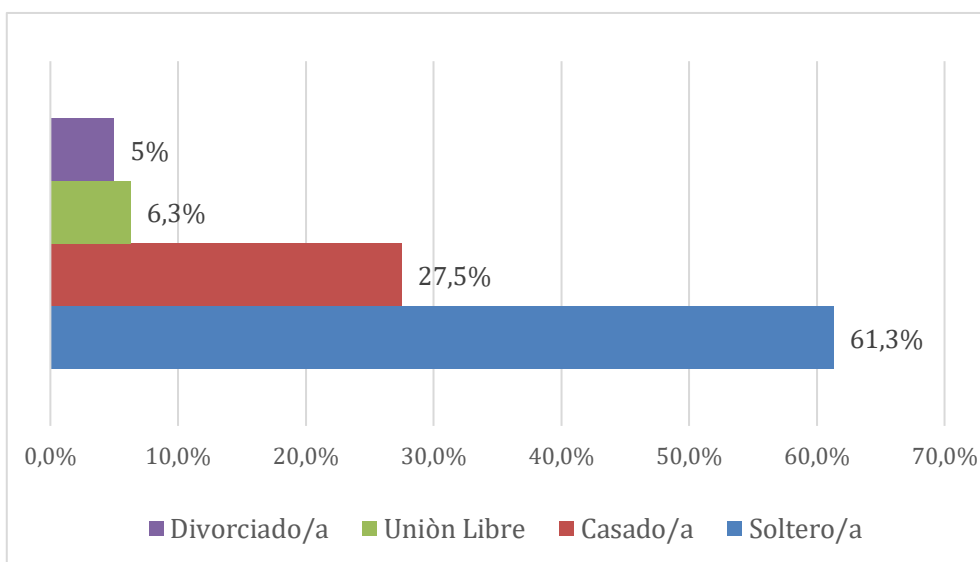


Gráfico 3 Turista local: Estado civil

Fuente. Elaboración propia

En referencia al estado civil de las personas que realizaron la encuesta, podemos observar que, el 61,3% de encuestados son solteros, el 27,5% lo representan personas casadas, un 6,3% mantienen una relación de unión libre y el 5% restante están divorciados. La clasificación utilizada para determinar el estado civil de las personas encuestadas está de acuerdo a la utilizada por el INEC.



2.1.1.4 Lugar de procedencia

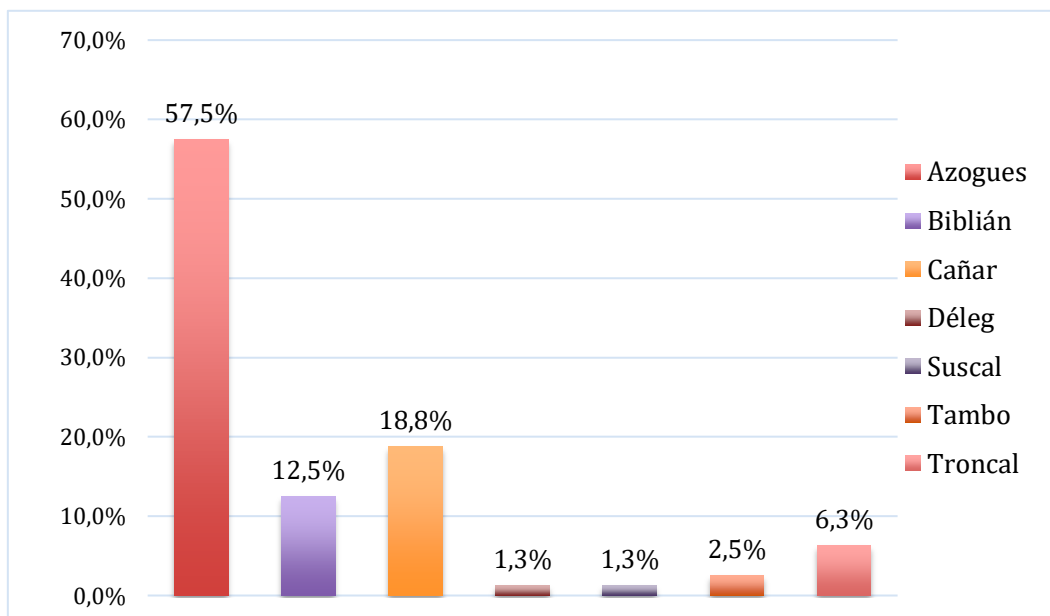


Gráfico 4 Turista local: lugar de procedencia

Fuente: Elaboración propia

Azogues recibe a turistas de toda la provincia, interesados en visitar la variedad de atractivos que forman parte de su oferta turística, teniendo mayor acogida de turistas de la ciudad de Azogues, que se trasladan por todo el cantón en busca de convivencia con la naturaleza, esparcimiento, compartir con la familia, entre otros, representando un 57,5% del total de encuestados, un 12,5% provenientes de Biblián, un 18,8% de Cañar, en menor porcentaje Déleg y Suscal con un 1,3% respectivamente, el Tambo con un 2,5% y la Troncal con un 6,3% de turistas que visitan el cantón

2.1.1.5 Número de personas con la que viaja

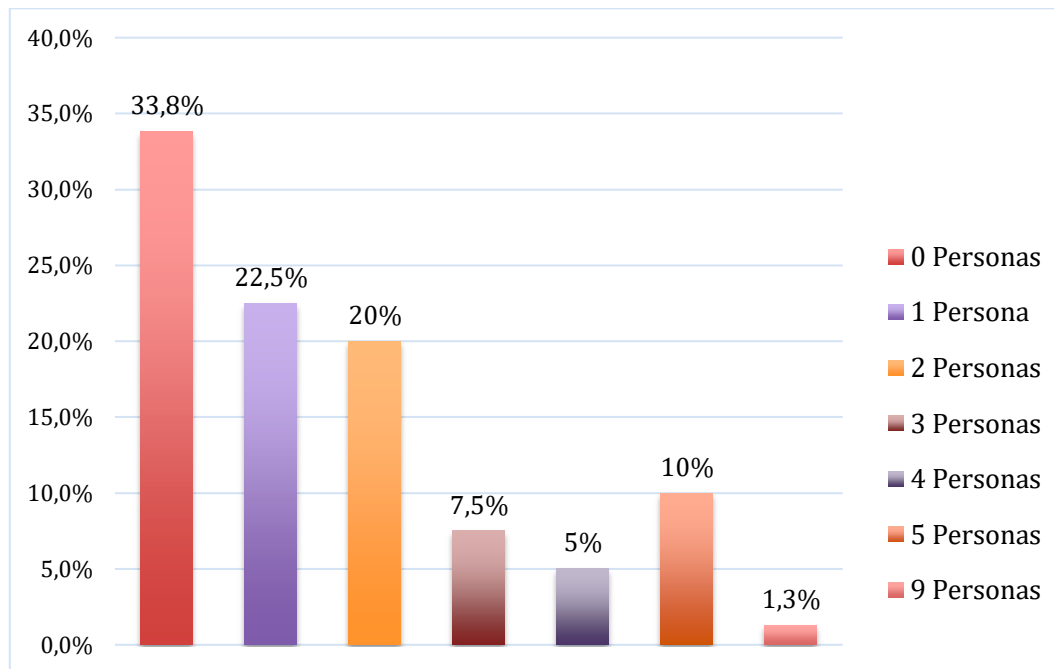


Gráfico 5 Turista local: Personas con las que viaja

Fuente: Elaboración propia

En cuanto al número de personas con las que viaja la persona encuestada, podemos asegurar que, un 33,8% prefiere viajar sin compañía por Azogues, un 22,5% viaja acompañado por una persona, que según lo observado durante el período de encuestas, en la mayoría de los casos, es su pareja, un 20% representa a las personas que prefieren viajar con 2 personas como acompañantes, un 7,5% viaja junto con 3 personas más, un 5% prefiere viajar en grupos junto con 4 personas, un 10% lo hace con 5 personas y finalmente un 1,3% realiza el viaje con 9 personas.



2.1.1.6 Frecuencia de visita

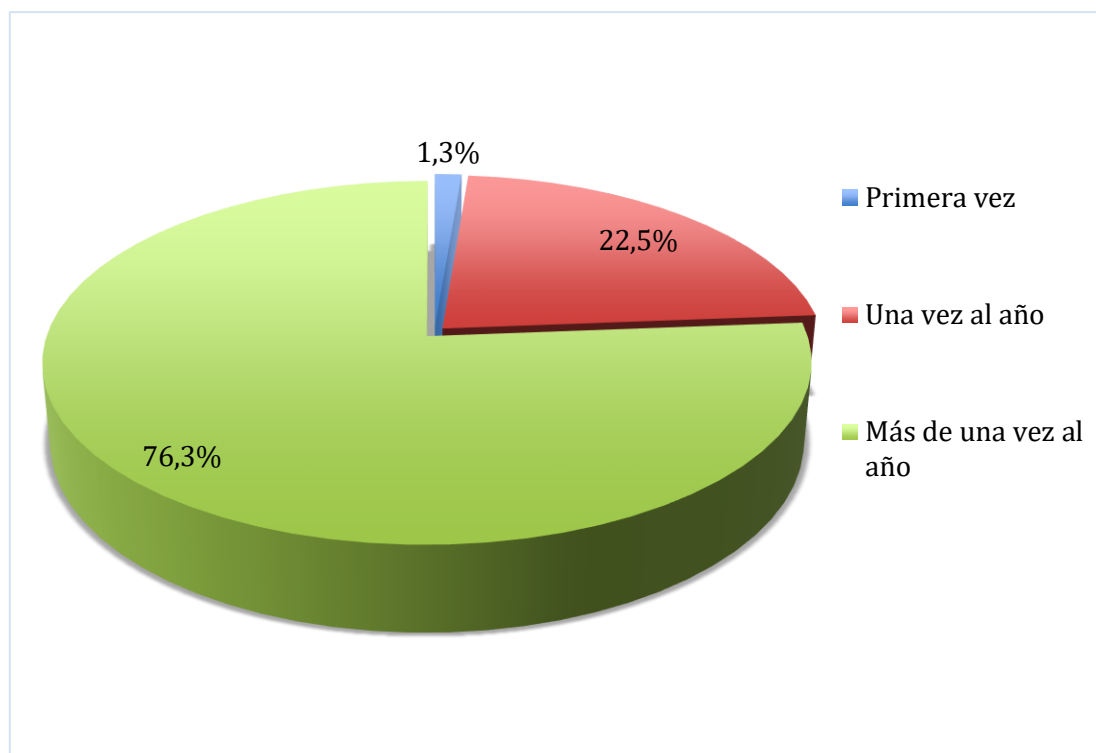


Gráfico 6 Turista local: Frecuencia de visita

Fuente: Elaboración propia

Para realizar esta encuesta se tomó en cuenta sugerencias de la Unidad de Turismo, entidad que desea conocer con qué frecuencia los turistas locales visitan los atractivos del destino, determinando que, un 1,3% visitan los atractivos del cantón por primera vez, un 22,5% lo hace más de una vez al año y el 76,3% restante visita Azogues más de una vez al año



2.1.1.7 Días de permanencia en el destino

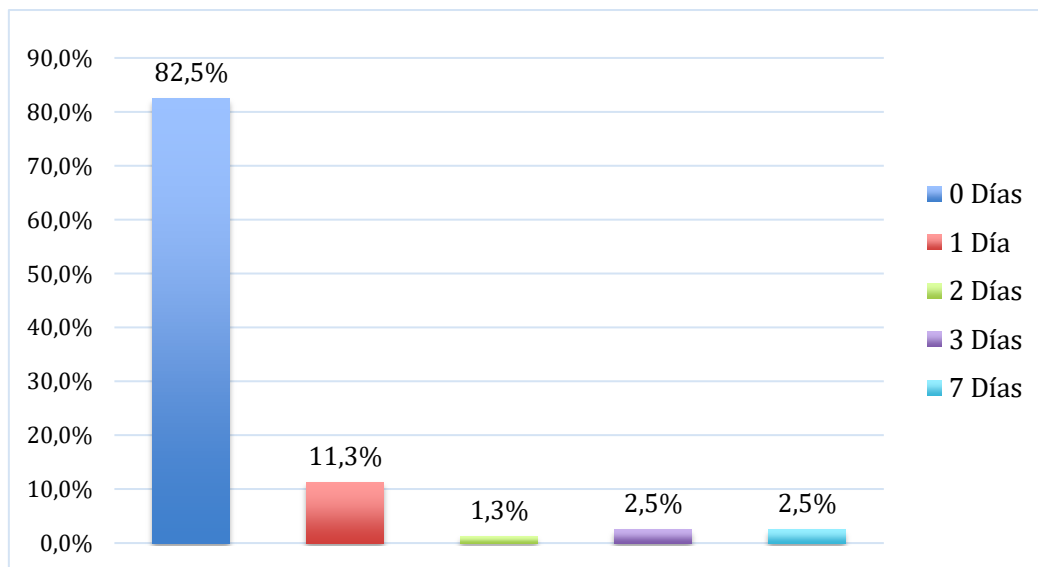


Gráfico 7 Turista local: días de permanencia

Fuente: Elaboración propia

Para identificar el número de días en que los turistas locales permanecen en Azogues, se han encuestado a 80 turistas locales, de los cuales un 82,5% ha manifestado que su permanencia en los diferentes atractivos no sobrepasa un día, estableciendo así que los encuestados visitan los atractivos por menos de 24 horas. Un 11,3% del total de encuestados, mencionaron permanecer en los diferentes atractivos por más de un día. Por otro lado, un 1,3% ha asegurado haber permanecido en el destino por dos días. Además de esto, el 2,5% de las personas que forman parte de este estudio aseguraron que su estadía en Azogues fue de 3 días. Finalmente, un 2,5% de los turistas locales manifestaron que han permanecido en Azogues por un tiempo correspondiente a 7 días.

2.1.2 Características psicográficas

2.1.2.1 Motivación de viaje

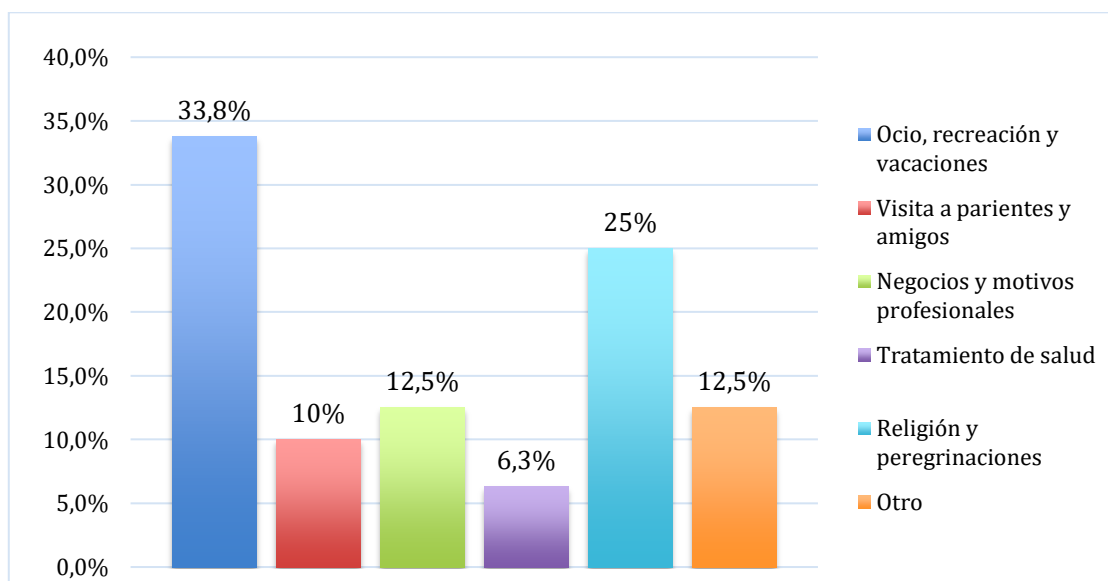


Gráfico 8 Turista local: principales motivaciones

Fuente: Elaboración propia

Al igual que la pregunta anterior, en la motivación del turista para visitar el destino se ha utilizado la clasificación utilizada por el INEC, obteniendo un resultado del 33,8% en relación a las personas que viajan a Azogues para satisfacer sus necesidades de ocio, recreación y vacaciones, un 10% manifestó su deseo de viaje para visitar a parientes y amigos que viven en el destino, un 12,5% se traslada por Azogues con el afán de hacer negocios u otros motivos profesionales como estudios, en menor porcentaje, un 6,3% de turistas ven a Azogues como un destino de salud, en el que pueden realizarse sus tratamientos, un 25% va por religión y peregrinaciones, en cuanto a este dato cabe resaltar que durante el período de encuestas, se llevó a cabo la procesión de la Virgen de la Nube, motivo por el cual una de las razones por las que deseaban visitar Azogues fue ser partícipe de este evento y finalmente un 12,5% marcó otro, como su motivación para viajar.



2.1.3 Características socioeconómicas

2.1.3.1 Nivel de ingresos mensual

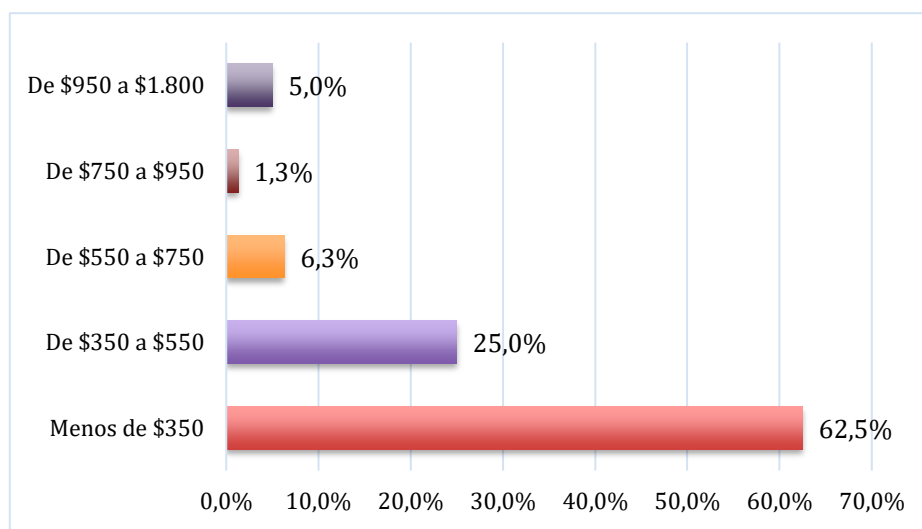


Gráfico 9 Turista local: nivel de ingreso

Fuente: Elaboración propia

Los rangos utilizados para el planteamiento de esta interrogante están en relación a datos obtenidos del INEC. En cuanto al nivel de ingresos, un 62,5% de los turistas locales encuestados señalan que mensualmente cuentan con un ingreso inferior a \$350, un 25% reciben un salario mensual de \$350 a \$550, el 6,3% presenta ingresos entre los \$550 y \$750, un 1,3% tienen un nivel de ingresos de \$750 a \$950 y el porcentaje restante, correspondiente a un 5%, cuenta con ganancias mensuales de \$950 a \$1800.

2.1.3.2 Gasto turístico por día

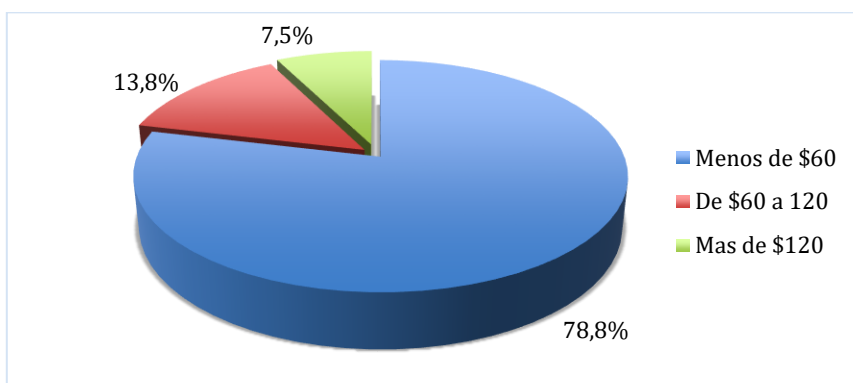


Gráfico 10 Turista local: gasto por día

Fuente: Elaboración propia

Los rangos utilizados para determinar esta interrogante están en base a proyectos turísticos de Quito, relacionados con perfiles turísticos, determinando que, un 78,8% de los turistas encuestados invierte menos de \$60 para conocer Azogues, un 13,8% gasta por día entre \$60 y \$120 y un 7,5% invierte más de \$120 durante su visita en el cantón.

2.1.3.3 Nivel de instrucción

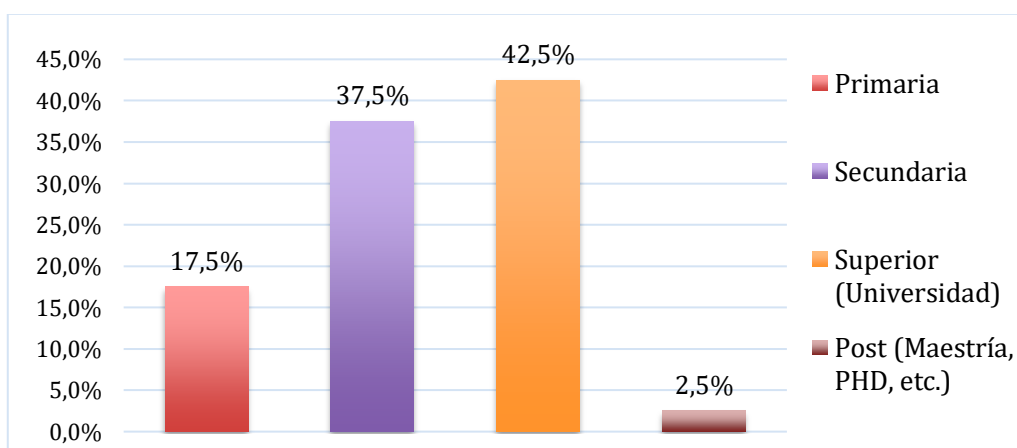


Gráfico 11 Turista local: nivel de instrucción

Fuente: Elaboración propia



Como se puede observar en el cuadro anterior, un 17,5% de los turistas locales cuentan con un nivel de instrucción primaria, un 37,5% continuó sus estudios únicamente hasta la secundaria, mientras que un 42,5% tiene instrucción universitaria y un 2,5% asegura haber realizado estudios de postgrado, maestría y PHD.

2.2 Perfil del turista nacional

2.2.1 Características demográficas

2.2.1.1 Género

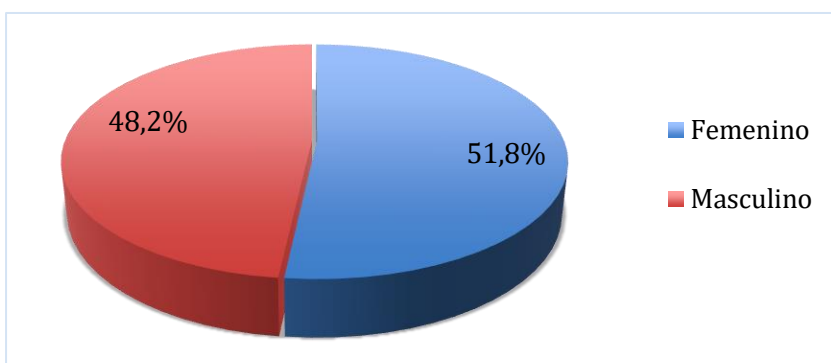


Gráfico 12 Turista nacional: género

Fuente: Elaboración propia

Tanto en los turistas locales como en los nacionales, el género femenino es el que mayor porcentaje presenta en relación al masculino. En este caso, el 51,8% está representado por mujeres que visitan el cantón, mientras que, el 48,2% corresponde a hombres que han escogido a Azogues como destino digno de ser visitado.

2.2.1.2 Edad

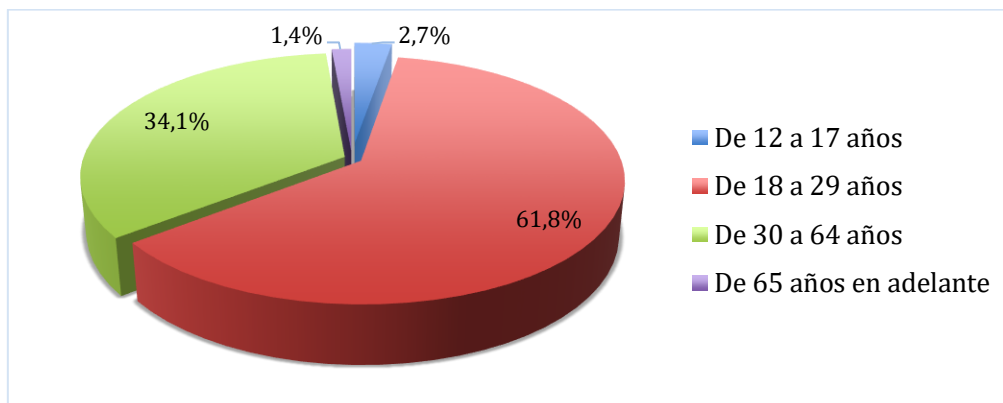


Gráfico 13 Turista nacional: edad

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la edad de los turistas nacionales, tenemos que, un 61,8% son personas que se encuentran entre los 18 y 29 años, seguido de un 34,1% con una edad de 30 a 64 años, en menor porcentaje un 2,7% lo representan adolescentes entre 12 y 17 años y un 1,4% personas de 65 años en adelante.

2.2.1.3 Estado civil

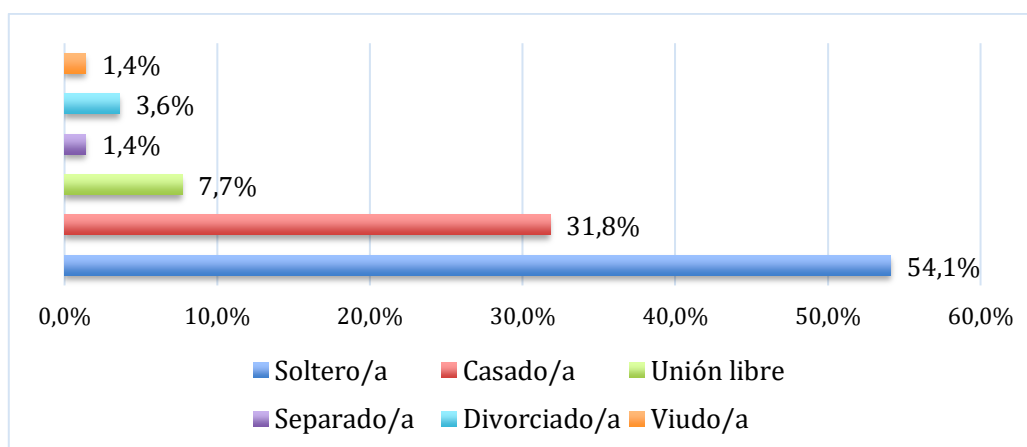


Gráfico 14 Turista nacional: Estado civil

Fuente: Elaboración propia



Al analizar los resultados obtenidos se puede decir que, un 54,1% de los turistas encuestados son solteros, el 31,8% casados, el 7,7% tienen una relación de unión libre, y el porcentaje restante, correspondiente a 6,4% se divide entre turistas de estado civil separados, divorciados y viudos.

2.2.1.4 Lugar de procedencia

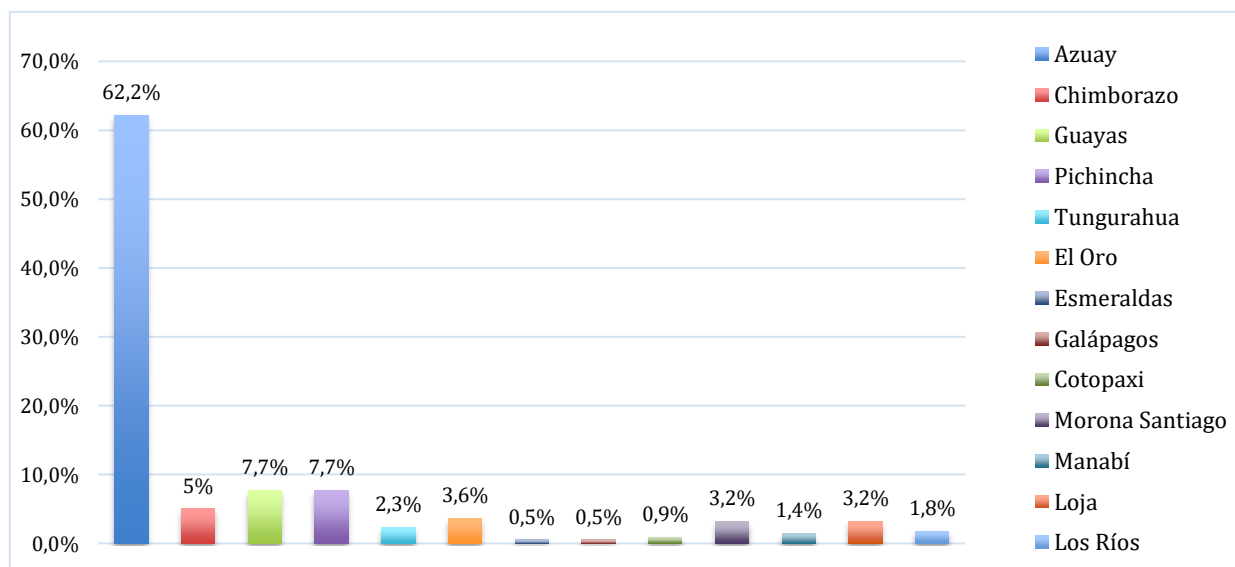


Gráfico 15 Turista nacional: lugar de procedencia

Fuente: Elaboración propia

Azogues recibe turistas de las 4 regiones del Ecuador, aunque la mayoría son provenientes de la provincia hermana del sur, Azuay, con un 62,2%, turistas de Chimborazo con un 5%, Tungurahua con un 2,3%, los Ríos con un 1,8%, Guayas con un 7,7%, el Oro con un 3,6%, Esmeraldas y con un 0,5 respectivamente, Cotopaxi con un 0,9%, Morona Santiago con el 3,2%, Manabí con el 1,4%, Loja con el 3,2% y finalmente, Pichincha con un 7,7%.

2.2.1.5 Número de personas con las que viaja

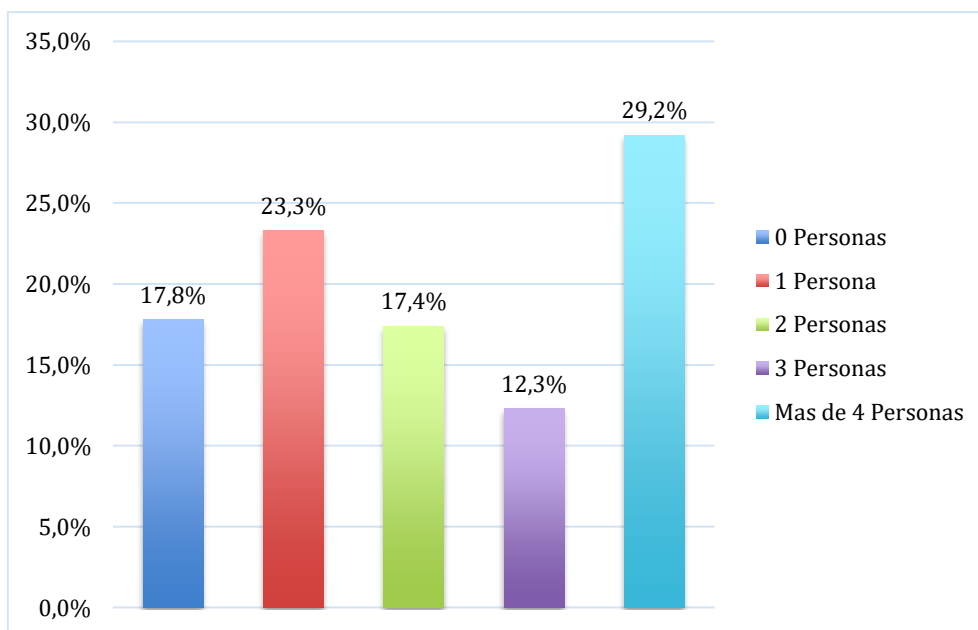


Gráfico 16 Turista nacional: personas con las que viaja

Fuente: Elaboración propia

El porcentaje de turistas nacionales que prefieren viajar solos a Azogues corresponde a un 17,8%, a diferencia de los turistas locales, un porcentaje mayoritario de turistas nacionales prefieren viajar en compañía de una persona, representando un 23,3%, el 17,4% viene al cantón junto con 2 personas más, un 12,3% lo hace con 3 personas, y el porcentaje sobrante de 29,2% viaja en grupos de 4 hasta 20 personas.



2.2.1.6 Frecuencia con la que visita el destino

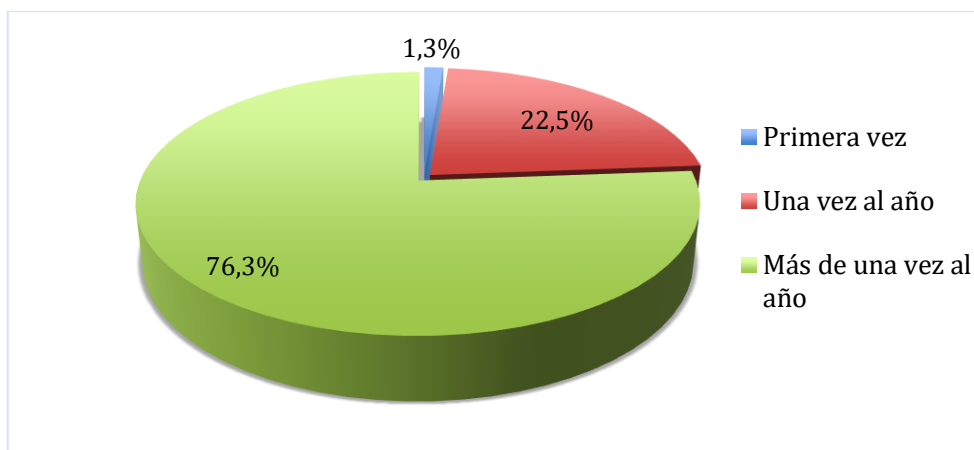


Gráfico 17 Turista nacional: frecuencia de visita

Fuente: Elaboración propia

El 17,3% de turistas nacionales aseguró visitar el cantón por primera, el 36,8% dijo visitar Azogues una vez al año, con fines religiosos, principalmente para participar en peregrinaciones que se realizan en el destino y, por último, un 46,1% menciona visitar Azogues más de una vez al año.



2.2.1.7 Días de permanencia

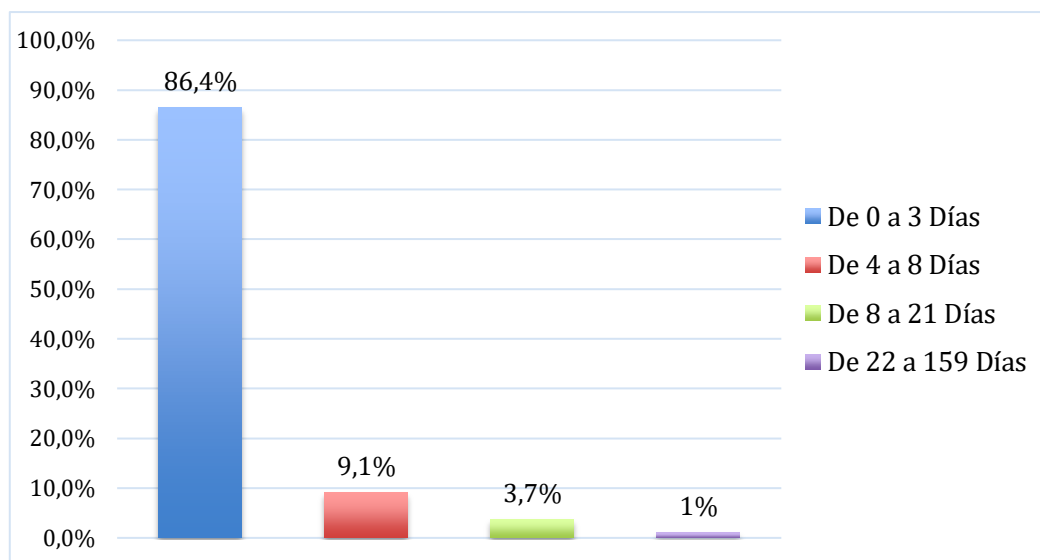


Gráfico 18 Turista nacional: días de permanencia

Fuente: Elaboración propia

En el tiempo de estadía que están los turistas dentro del cantón, en su mayoría, con un 86,4% el tiempo de permanencia del turista nacional en Azogues está entre 0 a 3 días, el 9,1% señala que se queda entre 4 a 8 días, y un 4,7% más de 8 días.

2.2.2 Características psicográficas

2.2.2.1 Motivación de viaje

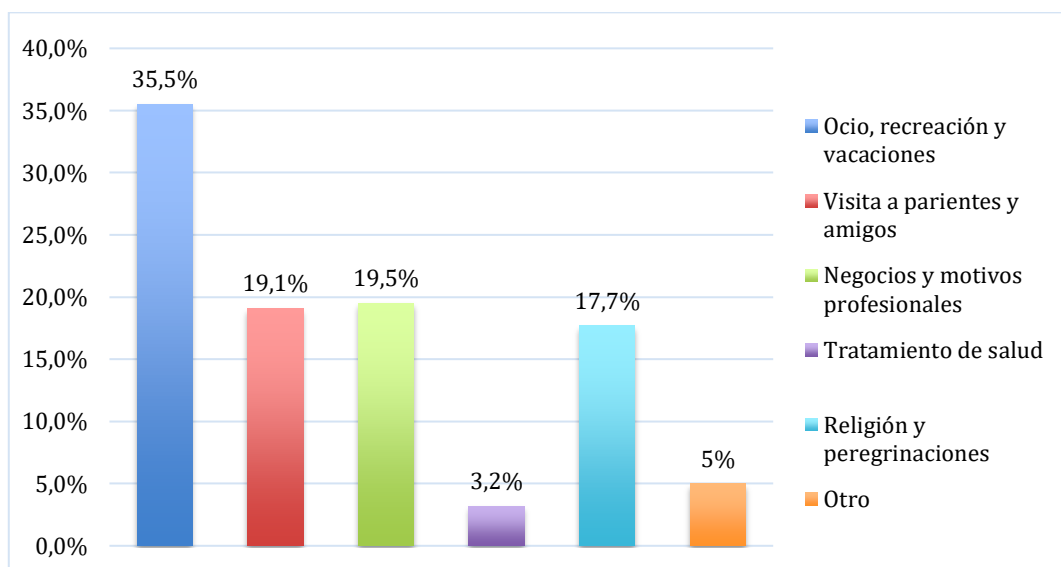


Gráfico 19 Turista nacional: principales motivaciones

Fuente: Elaboración propia

La motivación que mueve al turista nacional a trasladarse a un lugar diferente a su lugar de residencia, depende de la necesidad que desee satisfacer, como resultado de nuestra investigación, podemos asegurar que, un 35,5% viajan al cantón por ocio, recreación y vacaciones, el 19,1% lo hace con el afán de visitar a parientes y amigos que residen en Azogues, el 19,5% van por negocios y motivos profesionales, el 17,5% es un segmento de mercado que visita el cantón movido por su fé, llegando a Azogues para realizar peregrinaciones, en menor porcentaje un 3,2% encuentra en el cantón el lugar idóneo para realizar sus tratamientos de salud y un 5% señala tener otro motivo para viajar al destino.



2.2.3 Características socioeconómicas

2.2.3.1 Nivel de ingresos mensual

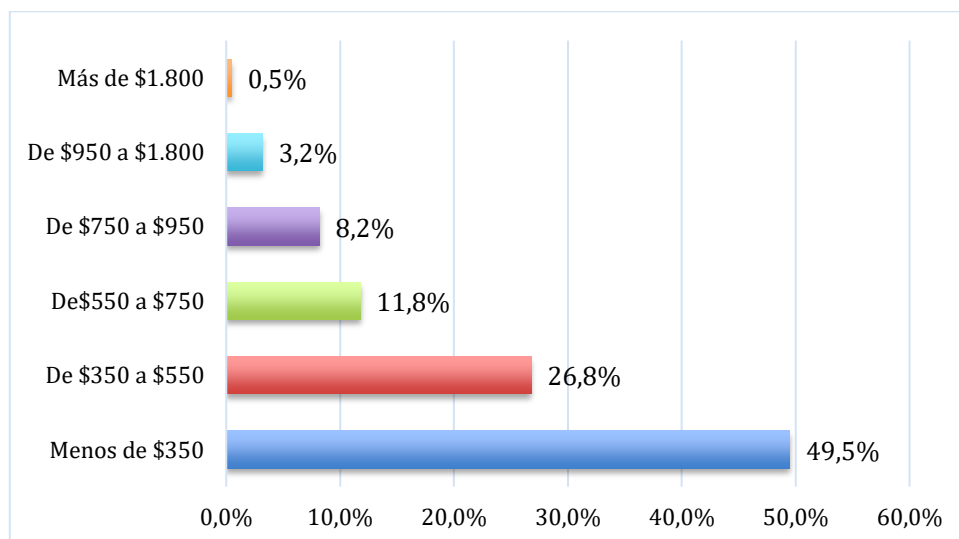


Gráfico 20 Turista nacional: ingreso mensual

Fuente: Elaboración propia

De igual manera se han manejado escalas del INEC, para definir el nivel de ingreso mensual del turista nacional, a lo cual, un 49,5% respondió contar con un ingreso mensual inferior a \$350, un 26,8% mensualmente recibe un ingreso de \$350 a \$550 por la labor que desempeña, el 11,8% percibe entre \$550 y \$750, el 8,2% tiene un ingreso superior de \$750 a \$950, el 3,2% de \$950 a \$1800 y el porcentaje restante correspondiente a 0,5% asegura recibir más de \$1800 como ingreso mensual.

2.2.3.2 Gasto turístico por día

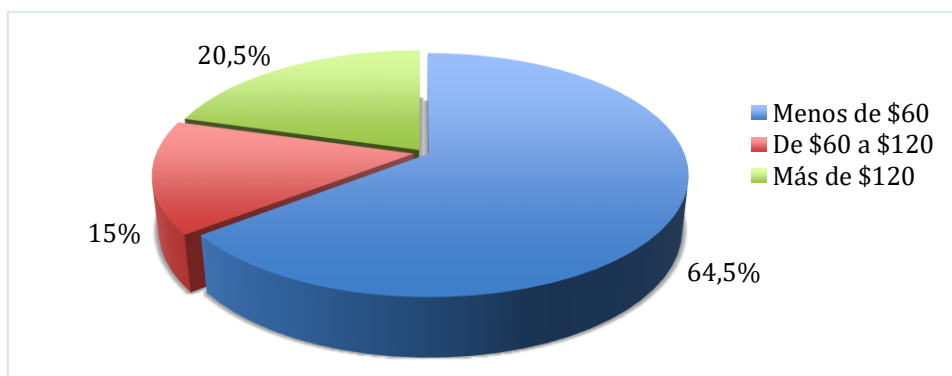


Gráfico 21 Turista nacional: gasto por día

Fuente: Elaboración propia

Un 64,5% representa a los turistas nacionales, que aseguran haber realizado un gasto inferior a \$60 durante su estadía en el cantón, en adición a esto, un 15% ha invertido en el destino entre \$60 y \$120 y un 20,5% más de \$120.

2.2.3.3 Nivel de instrucción

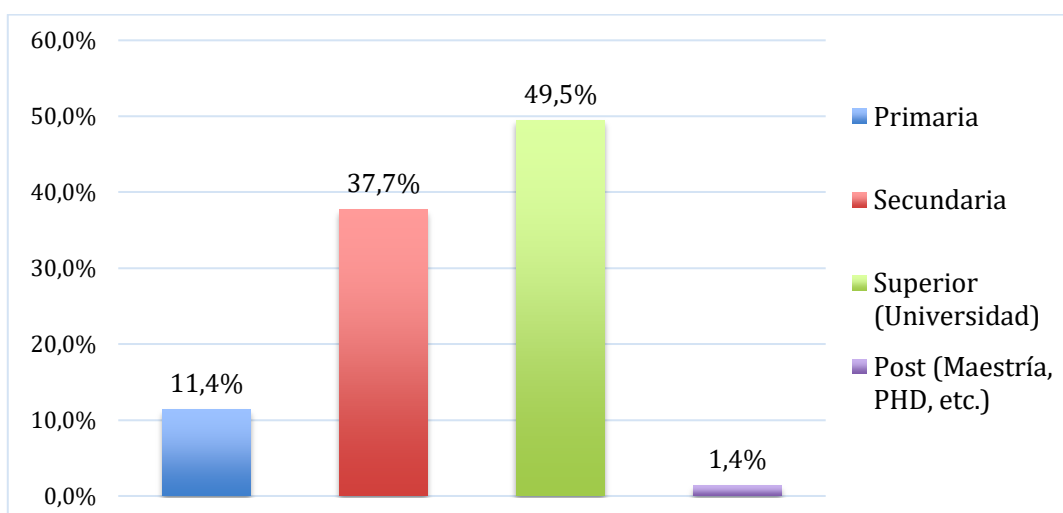


Gráfico 22 Turista nacional: nivel de instrucción

Fuente: Elaboración propia

El nivel de instrucción del turista nacional, está representado en un 11,4% por un nivel de instrucción primario, un 37,7% estudios secundarios, el 49,5% tiene instrucción superior y el 1,4% maestrías, PHD, etc.

2.3 Perfil del turista internacional

2.3.1 Características demográficas

2.3.1.1 Género

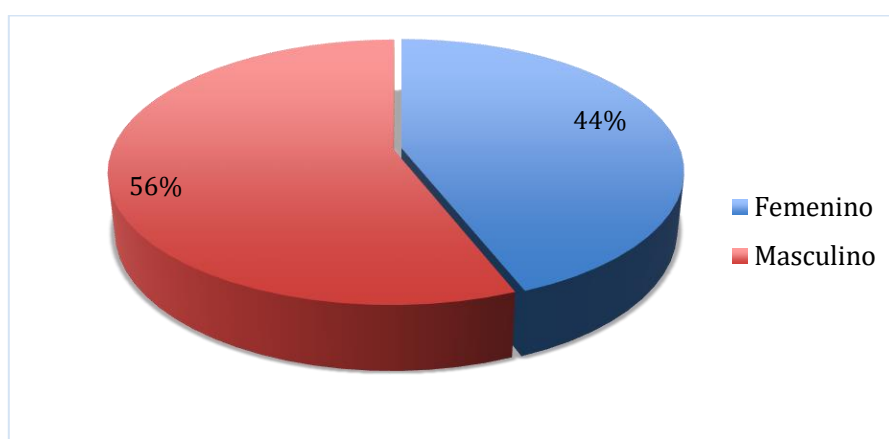


Gráfico 23 Turista internacional: género

Fuente: Elaboración propia

En el caso de los turistas internacionales que visitan Azogues, el 56% corresponde a un público masculino, mientras que, un 44% representa a las mujeres que lo han visitado, siendo los hombres el porcentaje mayoritario a diferencia de los dos perfiles antes mencionados



2.3.1.2 Edad

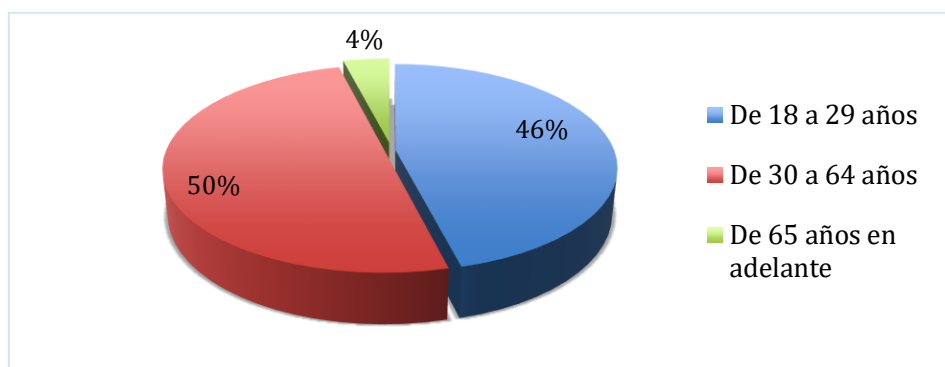


Gráfico 24 Turista internacional: edad

Fuente: Elaboración propia

Del 100% de turistas internacionales encuestados, el 46% de los turistas internacionales que se adentran en la aventura de recorrer Azogues tienen una edad de entre 18 y 29 años, un 50% son adultos de entre 30 y 64 años y apenas un 4% representa a turistas internacionales de más de 65 años.

2.3.1.3 Estado civil

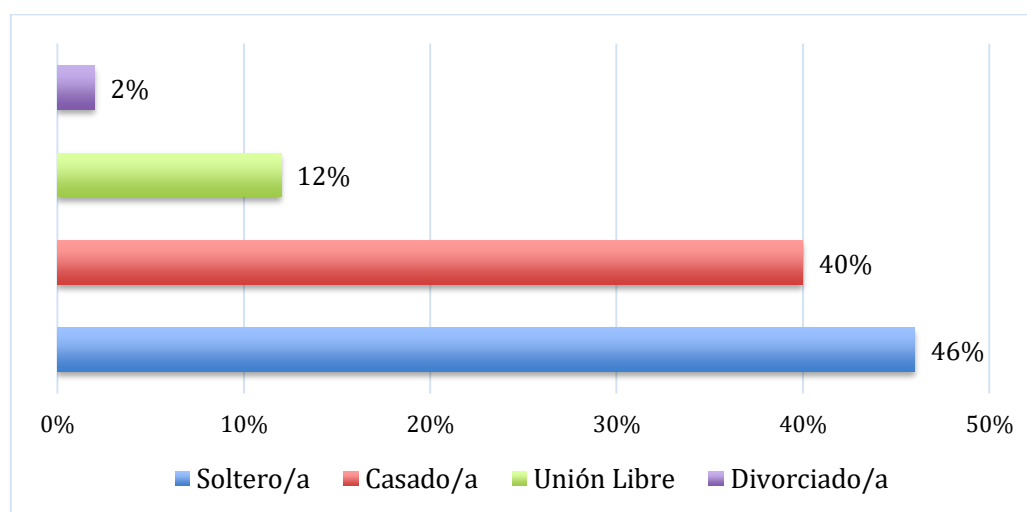


Gráfico 25 Turista internacional: estado civil

Fuente: Elaboración propia

Mayoritariamente, un 46% de los turistas internacionales aseguran estar solteros, el 40% casados, un 12% mantiene una relación de unión libre y un 2% está divorciado. Dejando sin porcentaje alguno las opciones de separado(a) y viudo(a).

2.3.1.4. Lugar de procedencia

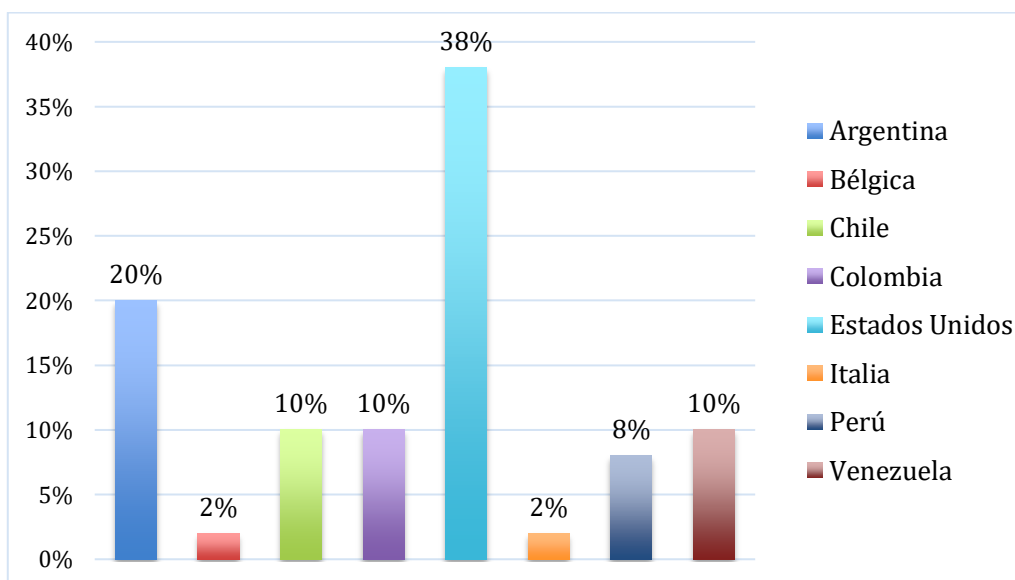


Gráfico 26 Turista internacional: lugar de procedencia

Fuente: Elaboración propia

En cuanto al lugar de procedencia de los turistas internacionales, los turistas provenientes de Estados Unidos predominan con un 38%, muchos de los cuales viene por vacaciones y a visitar familiares. Les sigue los turistas argentinos, quienes suele ser mochileros o personas afines a deportes extremos. Por otro lado, las personas que vienen de Colombia, Venezuela y Chile poseen un mismo nivel de porcentaje del 10%, de estos, los turistas venezolanos son los que más están ligados a motivos profesionales. Y finalmente Perú, Bélgica e Italia, con un 12%, son los países con menos porcentajes.

2.3.1.5 Número de personas con las que viaja

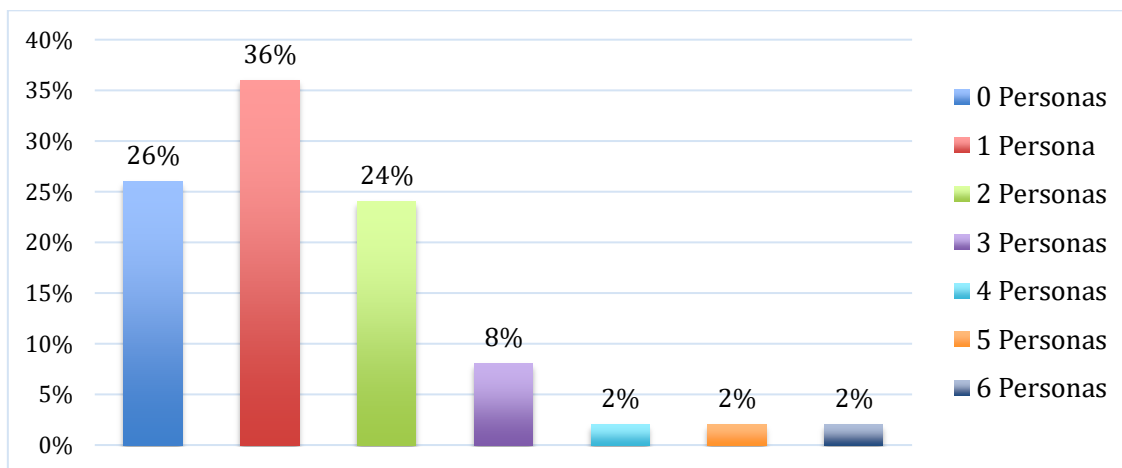


Gráfico 27 Turista internacional: personas con las que viaja

Fuente: Elaboración propia

Aunque un 26% prefiere viajar solo, un 36% realiza su recorrido junto a un acompañante, un 24% viaja con 2 personas, un 8% prefiere compartir la experiencia con 3 amigos más, y el 6% restante va en grupos de 4 a 6 personas.

2.3.1.6 Frecuencia con la que visita el destino

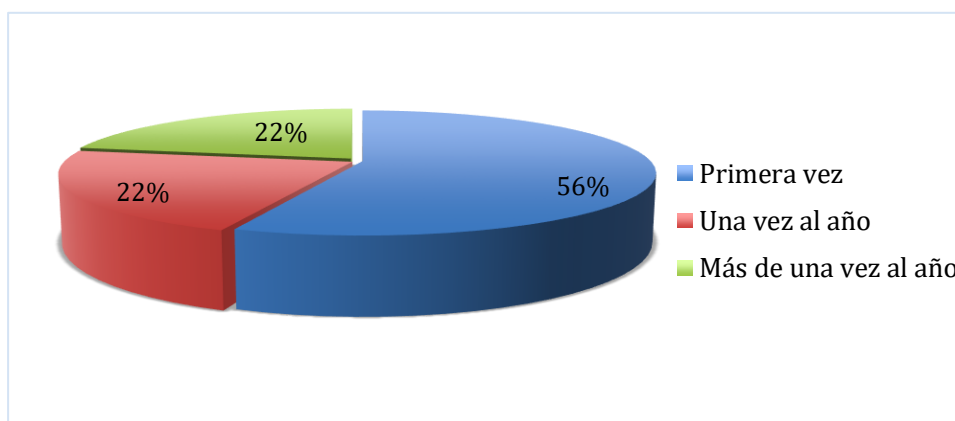


Gráfico 28 Turista internacional: frecuencia de visita

Fuente: Elaboración propia



Al consultar la frecuencia con la que el turista internacional visita Azogues, obtuvimos una respuesta del 56% para los turistas que aseguran ser la primera vez que visitan el destino, un 22% lo visita una vez al año, y el 22% sobrante, acude al cantón más de una vez por año.

2.3.1.7 Días de permanencia

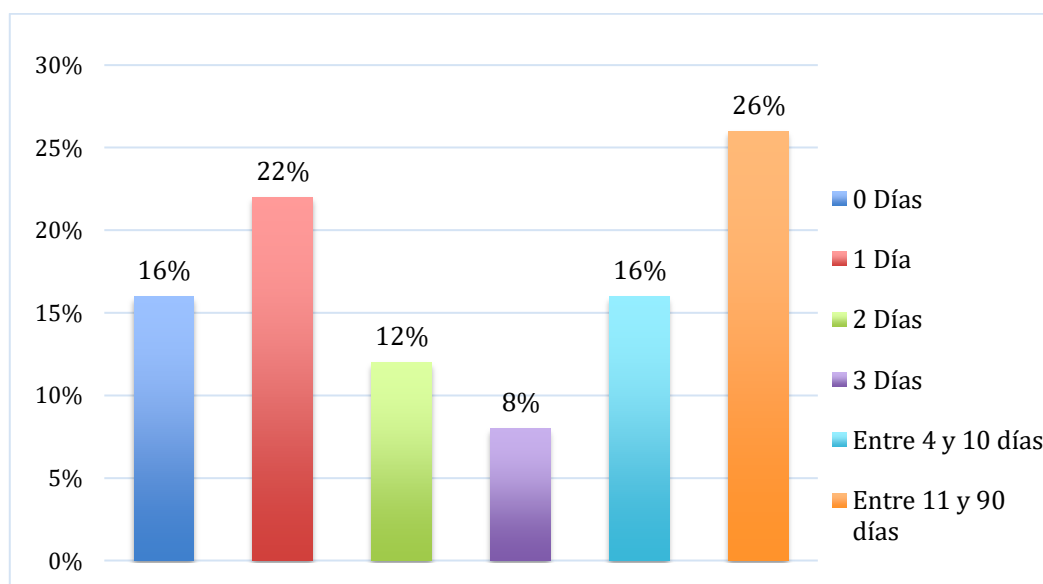


Gráfico 29 Turista internacional: días de permanencia

Fuente: Elaboración propia

Un 16% de los turistas internacionales encuestados, manifiestan dedicar menos de un día para conocer el destino, en mayor porcentaje, un 22% permaneció en Azogues por un día, haciendo uso de alojamiento en el cantón, mientras que, un 12% destinó dos días para recorrer el cantón, un 8% tres días y el porcentaje restante, correspondiente a 42% visitó Azogues en un período de entre 4 hasta 90 días.

2.3.2 Características Psicográficas

2.3.2.1 Motivación de viaje

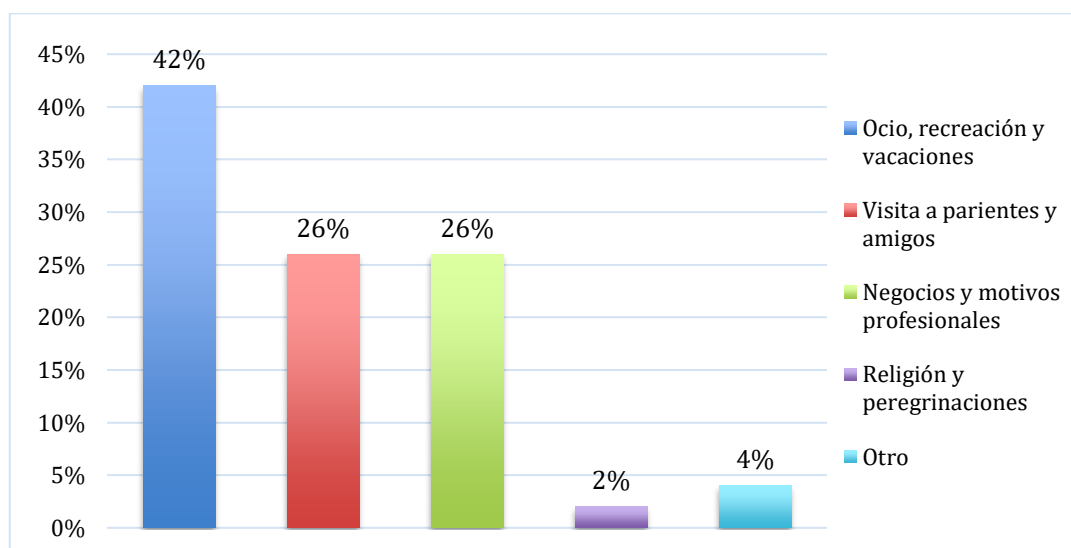


Gráfico 30 Turista internacional: principales motivaciones

Fuente: Elaboración propia

A menudo visitamos nuevos destinos movidos por un sin número de intereses, es por eso que, en este caso, un 42% visitó el cantón para satisfacer sus necesidades de ocio, recreación y vacaciones; un 26% fue motivado por pasar tiempo de calidad junto a sus parientes y amigos, otro 26% ve en el destino el lugar idóneo para realizar negocios y estudiar; por ser un destino conocido por sus peregrinaciones un 2% de los turistas internacionales acude al cantón cada año para afianzar su fé, pedir favores o incluso dar gracias por las bendiciones recibidas, finalmente, un 4% marcó otro como respuesta a esta interrogante.



2.3.3 Características socioeconómicas

2.3.3.1 Nivel de ingresos mensual

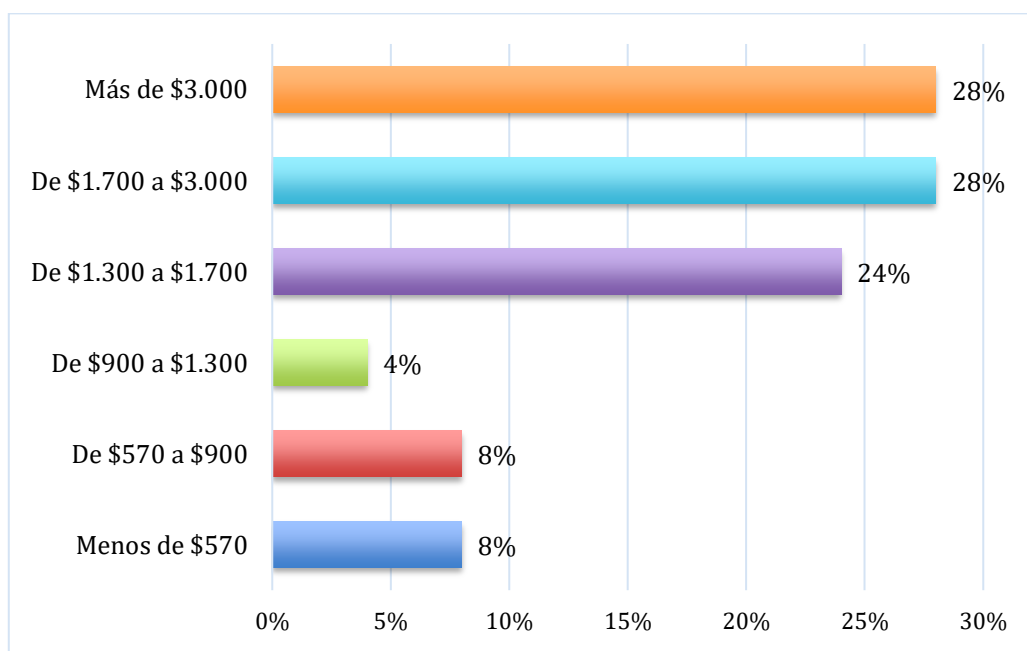


Gráfico 31 Turista internacional: nivel de ingreso mensual

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a los ingresos mensuales que perciben los turistas internacionales, el 28% recibe más de \$3000 mensuales, un 28% perciben de \$1700 a \$3000, mientras en porcentajes menores con un 24% reciben ingresos de \$1300 a \$1700, y finalmente, un total del 20% perciben un ingreso menos de \$1300.

2.3.3.2 Gasto turístico por día

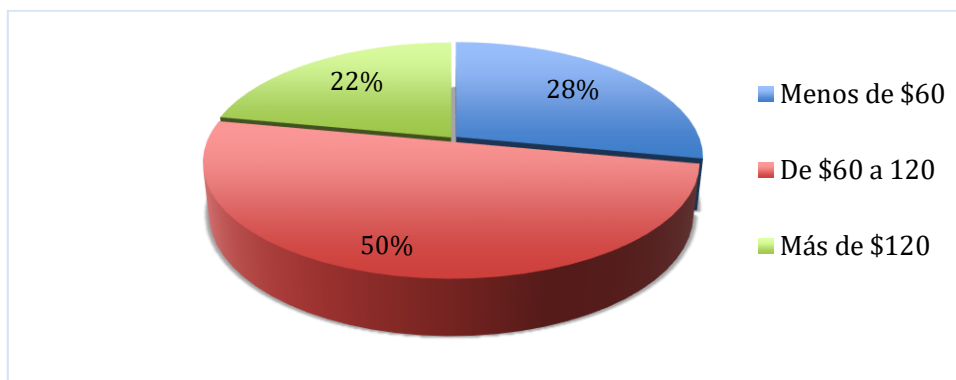


Gráfico 32 Turista internacional: gasto por día

Fuente: Elaboración propia

En cuanto al gasto turístico por día, un 50% de los turistas internacionales gasta entre \$60 y \$120 para conocer el destino, un 28% destina menos de \$60 para sus gastos en el cantón, y un 22% ha gastado más de \$120 en Azogues durante su estadía.

2.3.3.3 Nivel de instrucción

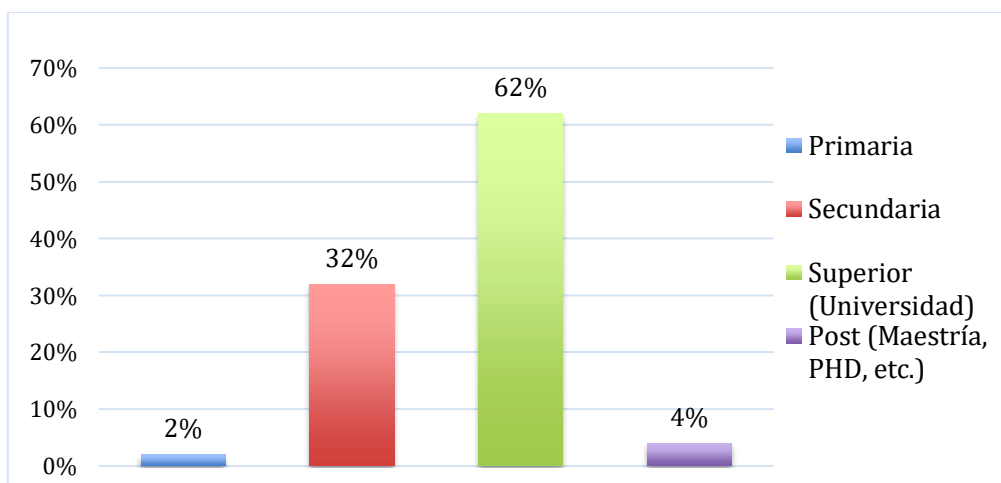


Gráfico 33 Turista Internacional: nivel de instrucción

Fuente: Elaboración propia



UNIVERSIDAD DE CUENCA

En cuanto al nivel de instrucción del turista internacional un 62% de los turistas internacionales que visitan Azogues tienen estudios universitarios, el 30% terminó la secundaria, un 4% siguió únicamente la primaria y el otro 4% tiene maestrías, PHD, etc.



CAPÍTULO 3: DEMANDA DE SERVICIOS, ATRACTIVOS Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS QUE CONSTITUYEN EL PERFIL DEL TURISTA.

3.1 Servicios turísticos utilizados por los turistas locales

3.1.1 Principales fuentes de información del turista local

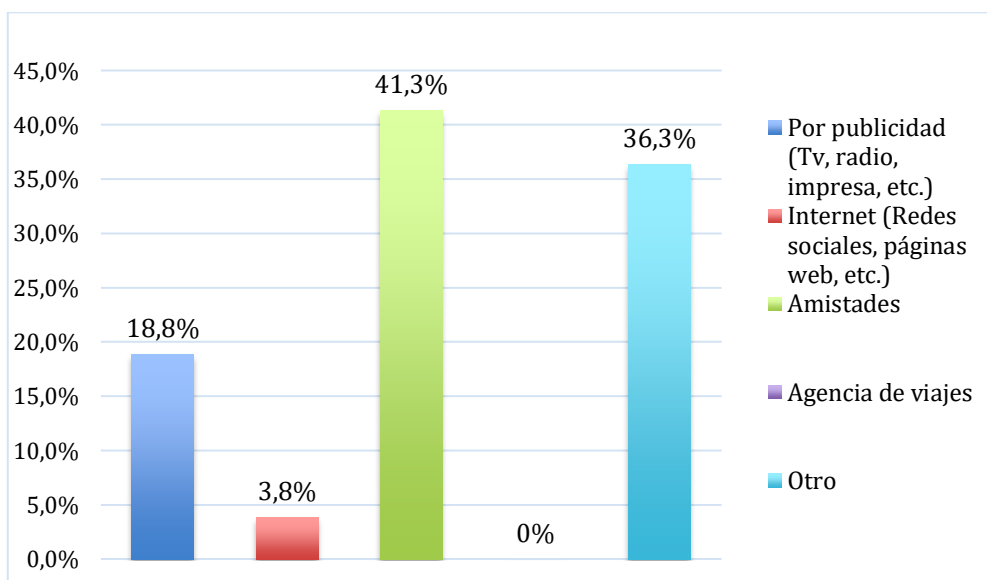


Gráfico 34 Fuentes de información para el turista local

Fuente: Elaboración propia

Ante la interrogante, cuál fue el medio de comunicación por el que el turista tuvo conocimiento acerca de Azogues, tenemos que, un 18,8% de los turistas locales obtuvieron información por medios publicitarios como televisión, radio u otros medios impresos, en menor porcentaje pero no menos significativo, se pudo observar que un 3,8% se enteró de Azogues a través de internet, al hacer uso de medios de comunicación como redes sociales, páginas web entre otros, mientras que mayoritariamente un 41,3% de los encuestados señala obtener información del cantón por sus amistades, un 0% fue mediante agencias de viajes, por último, con respecto a la opción otro un 36,3% asegura tener



conocimiento del destino por otros medios distintos a los ya mencionados anteriormente.

3.1.2 Medios de transporte utilizados por el turista local

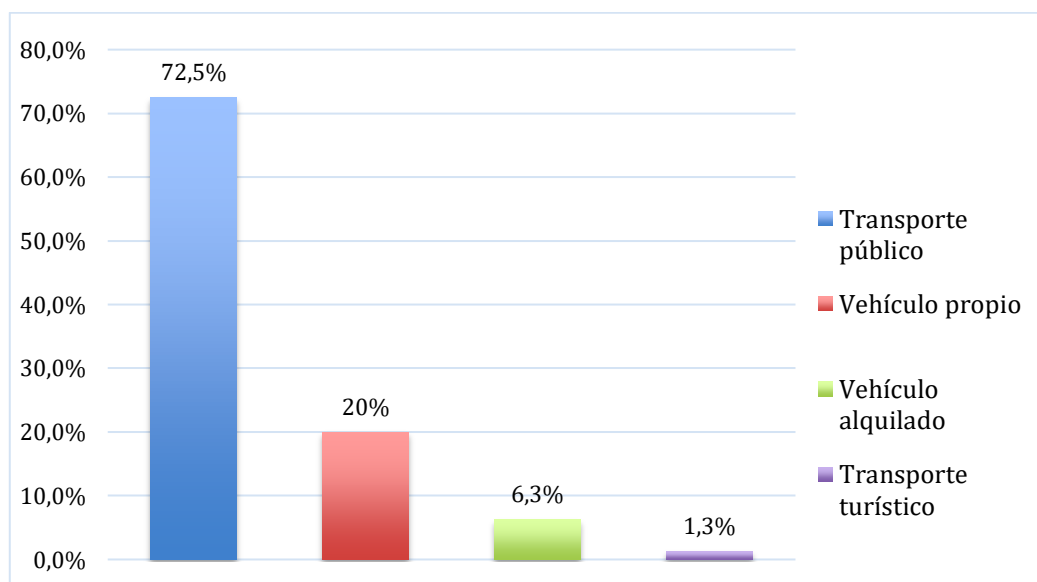


Gráfico 35 Transportes utilizados por el turista local

Fuente: Elaboración propia

Mayoritariamente, el medio de transporte utilizado por los turistas locales es el transporte público con un 72,5%, los porcentajes restantes se dividen en un 20% al uso de vehículo propio, un 6,3% usó un vehículo alquilado y un 1,3% transporte turístico.

3.1.3 Alojamiento utilizado por el turista local

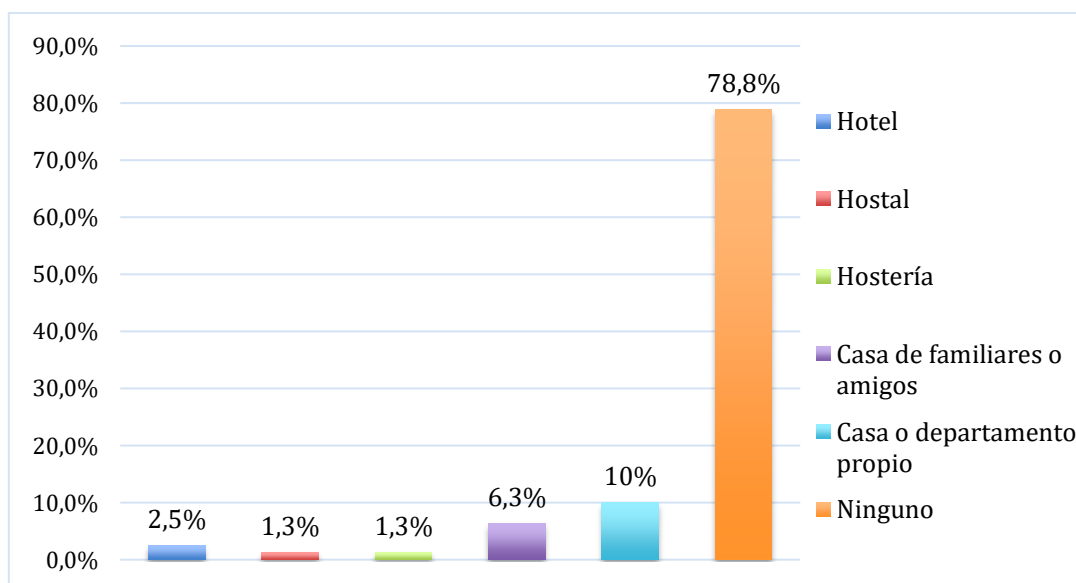


Gráfico 36 Tipo de alojamiento utilizado por el turista local

Fuente: Elaboración propia

Para identificar los tipos de alojamiento que usa el turista local se ha tomado la clasificación del Reglamento de alojamiento turístico vigente, opciones sugeridas por la Unidad de Turismo del cantón Azogues, además de revisar proyectos similares que contribuyeron a la realización de las diferentes tipologías, tratando de abarcar todas las opciones que se consideraron convenientes para la realización de esta investigación, dando como resultado que, un 2,5% de los turistas locales hicieron uso de hoteles para pernoctar, un 1,3% utilizó hostales, de igual manera un 1,3% se hospedó en hosterías, el 6,3% buscó alojamiento en la casa de familiares y amigos, un equivalente al 10% optó por hacer uso de casa o departamento propio, y un porcentaje mayoritario del 78,8% no utilizó ningún tipo de alojamiento durante su estadía en el destino.

3.1.4 Servicio alimentario utilizado por el turista local

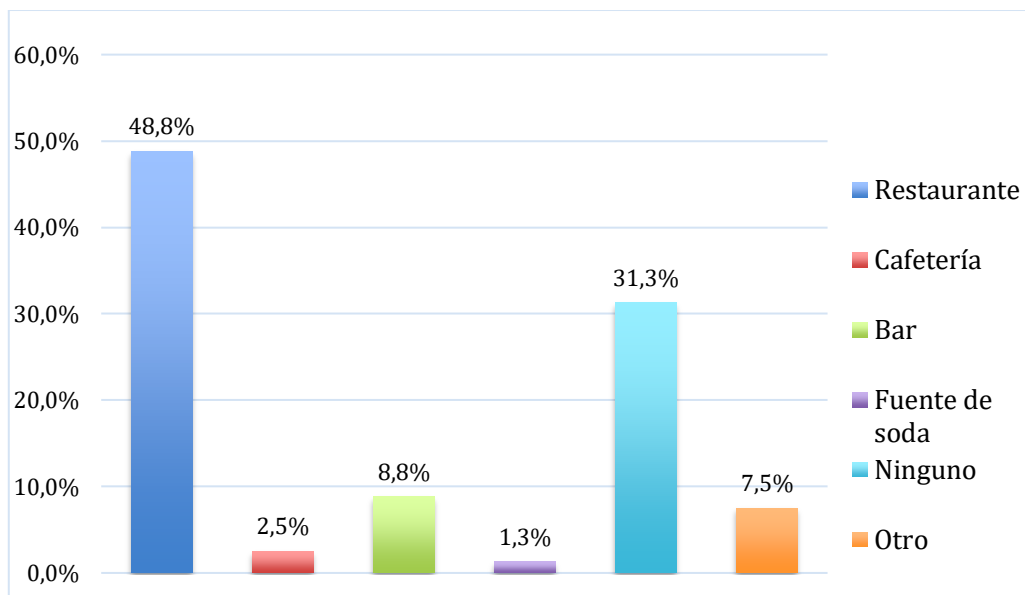


Gráfico 37 Servicios alimentarios utilizados por los turistas locales

Fuente: Elaboración propia

Para realizar esta pregunta, se consultó el Reglamento de actividades turísticas vigente, en relación a la clasificación de servicios alimentarios con los que cuenta el país, es así que, un 48,8% señala haber utilizado un restaurante durante su estadía en el destino, un 2,5% una cafetería, el 8,8% eligió un bar como la mejor opción, un 1,3% fuentes de soda, el 31,3% no hizo uso de servicios alimentarios en los atractivos y un 7,5% asegura haber utilizado otro tipo de servicio alimentario ajeno a los mencionados anteriormente.

3.2 Actividades turísticas que el turista local está dispuesto a realizar

El afán de esta interrogante es, conocer qué actividades le gustaría realizar al turista local durante su viaje, de modo que, en este punto se describe de manera individual las opciones planteadas con su grado de interés para mayor comprensión.

3.2.1 Grado de interés de turista local por visitar los atractivos

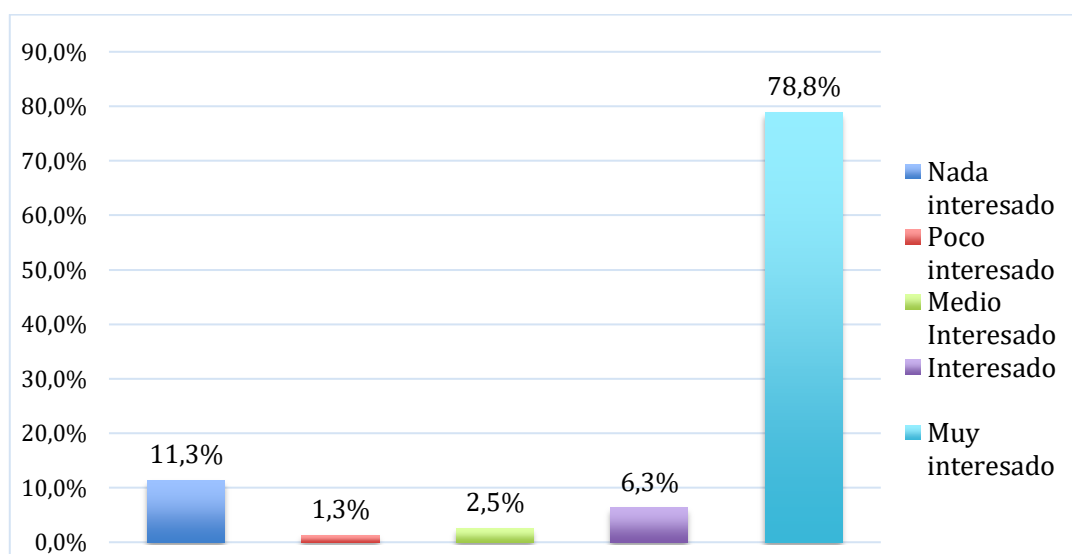


Gráfico 38 Turista local: interés por visitar los atractivos

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los resultados el 11,3% indica no estar interesado en conocer los atractivos del cantón, un 1,3% señala estar poco interesado en esta actividad, el 2,5% se encuentra en un punto central, al establecer que, está medio interesado en conocer los atractivos con los que cuenta el destino, un 6,3% de turistas locales está interesado en visitarlos y finalmente un 78,8% de los encuestados aseguran estar muy interesados en realizar esta actividad en el cantón.

3.2.2 Grado de interés del turista local por realizar deporte extremos

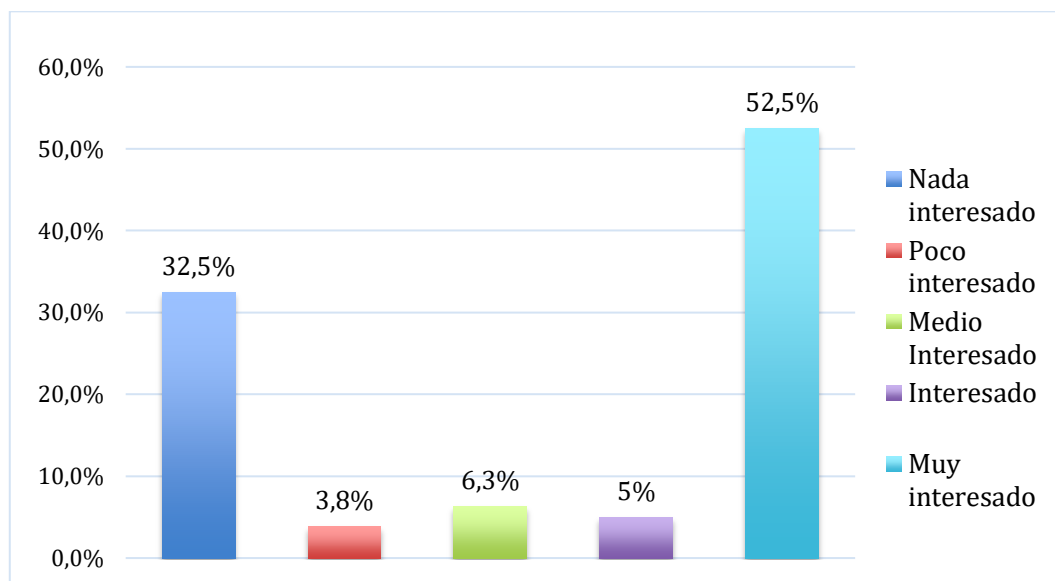


Gráfico 39 Turista local: interés por realizar deportes extremos

Fuente: Elaboración propia

Actualmente la práctica de deportes extremos es una actividad ofertada en un gran número de destinos turísticos a nivel nacional, Azogues no es la excepción, es por esto que, se planteó conocer el interés del turista local frente a esta actividad. Los turistas que respondieron no estar interesados en esta actividad representan un 32,5%, un 3,8% menciona estar poco interesado en realizar deportes extremos, el 6,3% ha elegido la opción medio interesado para identificar su grado de interés en relación a esta interrogante, a un 5% de los turistas locales le interesa realizar esta actividad y el 52,2% considera esta opción como una excelente actividad complementaria a la hora de visitar el cantón, mostrando un grado de interés muy alto.

3.2.3 Grado de interés del turista local por recorrer rutas temáticas

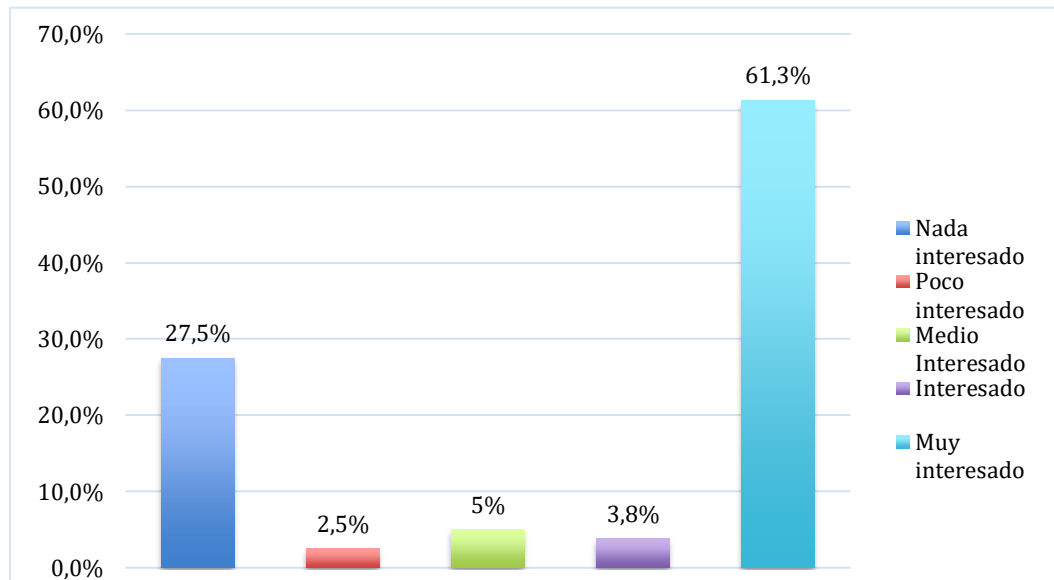


Gráfico 40 Turista local: interés por recorrer rutas temáticas

Fuente: Elaboración propia

Mensualmente, la Unidad de turismo del cantón Azogues realiza rutas temáticas totalmente gratuitas, con el objetivo de dar a conocer los diferentes atractivos turísticos con los que cuenta el cantón, en virtud de esto, se analiza el grado de interés de los turistas locales por participar en estas rutas, obteniendo un resultado del 27,5% de turistas que dicen no estar interesados en esta actividad, un 2,5% está poco interesado, el 5% marcó medio interesado, un 3,8% muestra su interés por participar en estas rutas temáticas, seguido de un 61,3% que manifiesta estar muy interesado en formar parte de esta actividad turística llena de cultura, tradición y naturaleza.

3.2.4 Grado de interés del turista local por convivir con la naturaleza

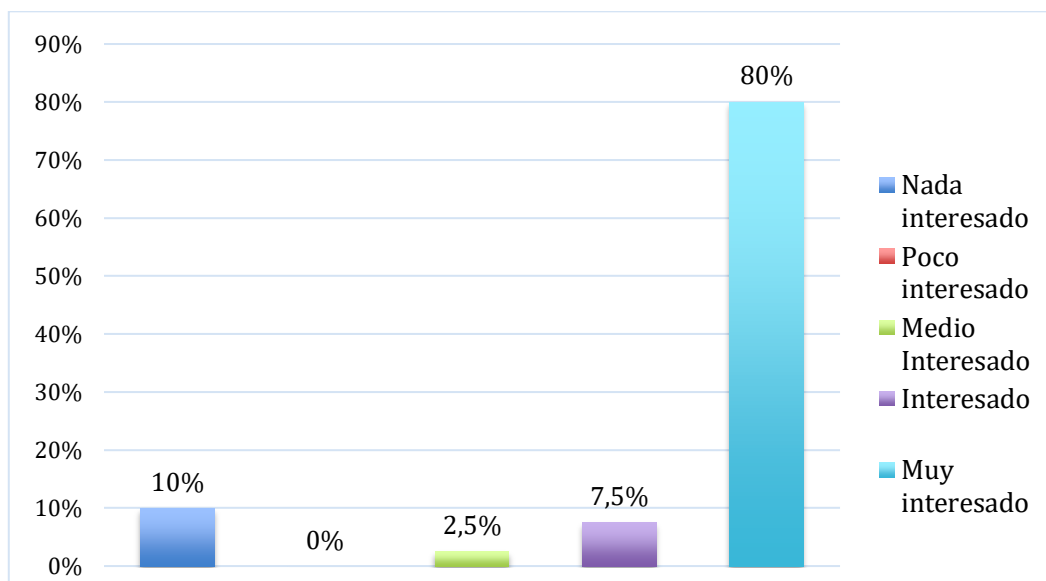


Gráfico 41 Turista local: Interés por convivir con la naturaleza

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo al inventario de atractivos turísticos con los que cuenta el cantón, Azogues tiene varios atractivos naturales, que tienen gran acogida de turistas por sus paisajes inigualables, concluyendo que un 10% de los turistas locales afirman no estar interesados en convivir con la naturaleza, en cuanto a la opción, poco interesado, no se han tenido respuestas, por lo que mantiene un porcentaje equivalente al 0%, el 2,5 señala estar medio interesado en esta actividad, el 7,5% la considera una alternativa que llama la atención, al mismo tiempo de ser interesante, por último, el 80% mostró gran acogida ante esta interrogante, marcando muy interesante como una manera de dar a conocer su interés por realizar esta actividad.

3.2.5 Festividad en la que el turista local prefiere participar

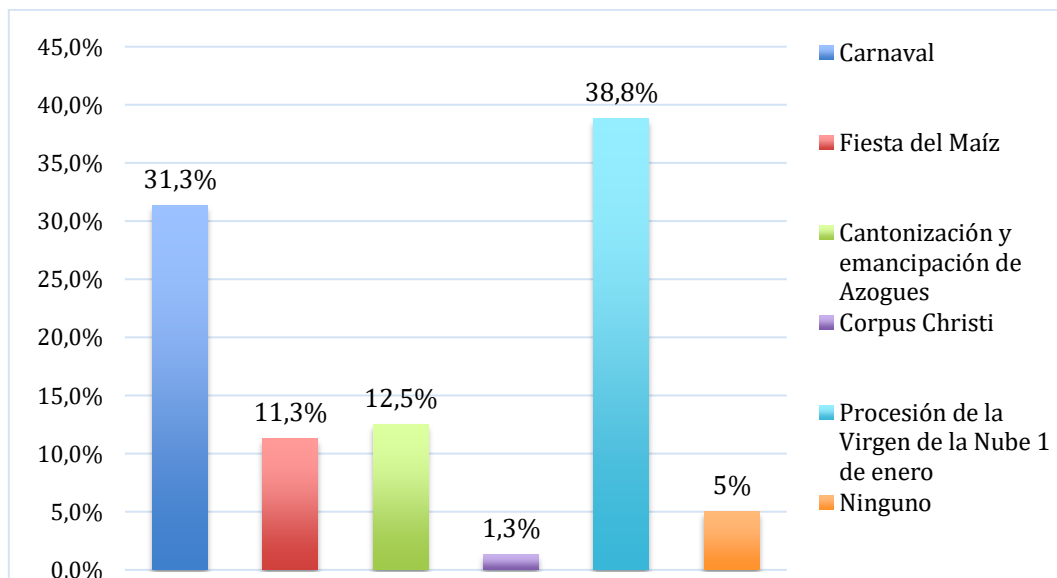


Gráfico 42 Turista local: interés por participar en las festividades

Fuente: Elaboración propia

Azogues es un cantón con una riqueza histórica y cultural que lo ha convertido en un destino digno de ser visitado, en virtud de esto, se ha tomado las principales festividades realizadas en Azogues, según datos recolectados en investigaciones pasadas por la Unidad de Turismo del cantón, con el objetivo de identificar cuál llama más la atención del turista local.

Como resultado tenemos que, un 31,3% de los turistas prefieren viajar al cantón para participar en sus fiestas de Carnaval, un 11,3% considera interesante la celebración de la Fiesta del Maíz, otra festividad de Azogues es la cantonización y emancipación de Azogues celebrada el mes de abril, para la cual, un 12,5% aseguró estar interesado en formar parte de la misma, en relación al Corpus Christi tenemos un 1,3% de turistas que viajan a Azogues por esta festividad, mayoritariamente, con un 38,8% los turistas locales se trasladan al cantón por motivos religiosos, como lo es, la Procesión de la Virgen de la Nube, patrona de los migrantes, celebrada el 1 de Enero de cada año, finalmente un 5% no



presenta interés en participar en ninguna de las festividades descritas con anterioridad.

3.3 Atractivos que al turista local le gustaría visitar

Para la elaboración de esta pregunta fueron consultados documentos del cantón, los cuales se encuentran en la página web oficial del GAD de Azogues en los que se encontró un inventario de atractivos turísticos, también se tomó en cuenta sugerencias de la Unidad de Turismo. Con el afán de brindar mayor comprensión, se ha agrupado los atractivos en diferentes cuadros.

Por otra parte, al momento de realizar las encuestas se mantuvo cinco opciones: nada interesante, poco interesante, medio interesante, interesante y muy interesante, pero debido a que existían en algunos casos, porcentajes muy bajos se sumaron porcentajes de las opciones antes mencionadas, la primera con la segunda, la tercera con la cuarta y finalmente solo la quinta opción, esto para una mayor comprensión al momento de describir cada uno de los cuadros.

3.3.1 Atractivos: Alfarería, herrerías, cestería y picapedreros.

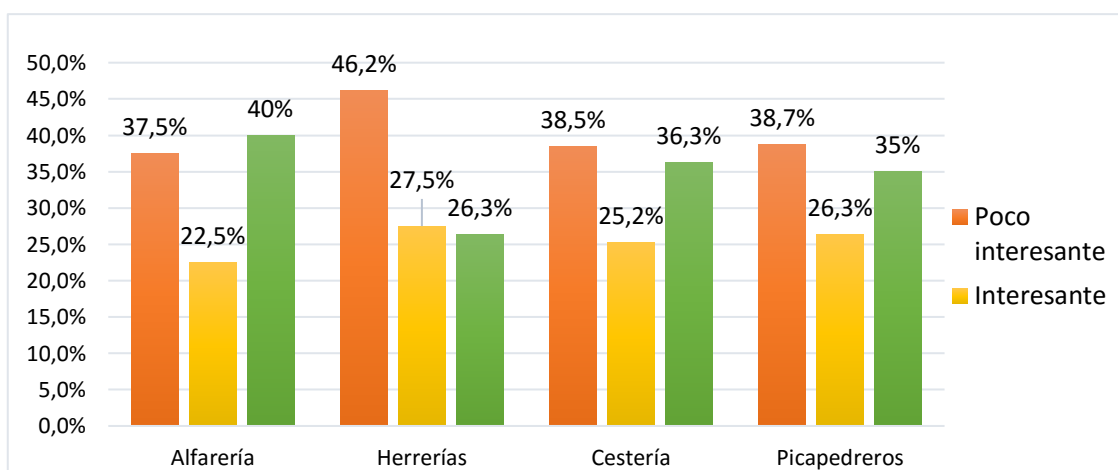


Gráfico 43 Turista local: Interés por conocer la alfarería, herrerías, cestería y picapedreros

Fuente: Elaboración propia

En lo que concierne a los atractivos de alfarería, herrerías, cestería y picapedreros y el grado de interés por visitarlos por parte de los turistas locales, la alfarería posee un 40%, siendo el más alto porcentaje de aceptación, mientras que las herrerías tan solo alcanza un 26,3% de interés, casi de igual manera la cestería llega a un porcentaje de 36,3%, y finalmente los picapedreros alcanza un 35%, esto en el nivel muy interesante. Por otra parte, en el nivel interesante, todos los porcentajes son menores a 28%, la alfarería con un 22,5%, herrerías, 27,5%, cestería con un 25,2% y picapedreros con un 26,3%, los cuales comparándolos con el nivel muy interesante, estos son muy significativos pues en algunos atractivos hasta son mayores. Y por último, en el poco interés por conocer los atractivos en promedio este representaría el 40,23%.

3.3.2 Atractivos: Plazas y parques, Complejo Arqueológico Cojitambo, bosques protegidos y paja toquilla.

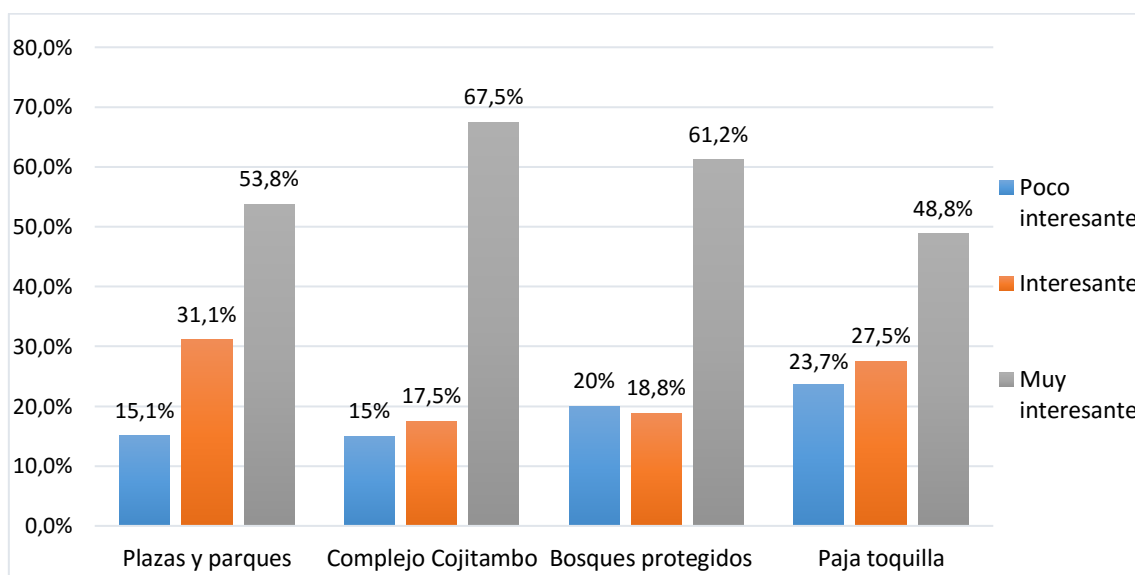


Gráfico 44 Turista local: Interés por conocer plazas y parques, complejo Cojitambo, bosques protegidos y paja toquilla

Fuente: Elaboración propia

En relación a plazas y parques, el complejo arqueológico Cojitambo, bosques protegidos y paja toquilla, el 67,5% de los turistas locales están muy interesados en visitar el complejo arqueológico Cojitambo, el 53,8% desea visitar las plazas y parques del cantón, así como el 61,2% les interesa conocer los bosques protegidos de Azogues y apenas el 48, 8% tienen interés por conocer actividades relacionadas con la paja toquilla. En el grado interesante, las plazas y parques poseen el porcentaje más alto con un 31,1% de interés, el complejo arqueológico Cojitambo sustenta el porcentaje más bajo con un 17,5%, mientras que, el bosque protegido tiene el 18, 8% y la paja toquilla un 27,5% de aceptación. Finalmente, el promedio para los turistas a los que no les interesa conocer los atractivos es de 18,45%.

3.3.3 Atractivos: Hidroeléctrica Mazar, Laguna de Saguín, Catedral y Santuario Franciscano

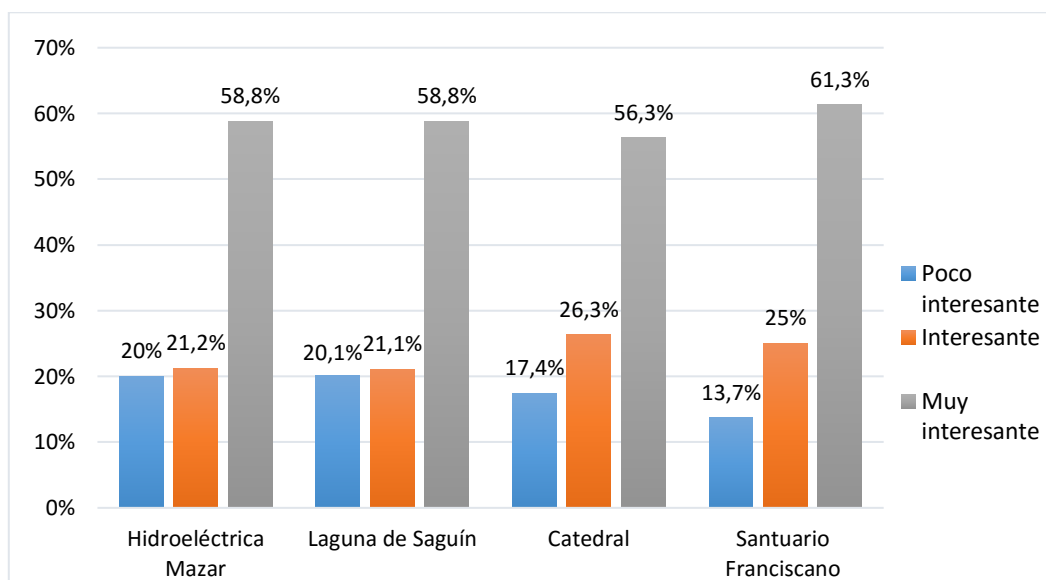


Gráfico 45 Turista local: interés por conocer Mazar, laguna de Saguín, Catedral y Santuario Franciscano

Fuente: Elaboración propia

Acerca de los atractivos Hidroeléctrica Mazar, laguna de Saguín, Catedral, Santuario Franciscano, los dos primeros atractivos poseen el mismo porcentaje de interés en ser visitado de un 58,8%, mientras la Catedral sustenta el 56,3%, siendo el porcentaje más bajo, de lo contrario el santuario pose el porcentaje más alto entre estos atractivos con un 61,3%. En el grado interesante todos los atractivos están entre un 21,2% y un 26,3%, en promedio de los atractivos es de 23,5%. Por último, en la falta de interés el promedio es de 17,8%.

3.3.4 Atractivos: Iglesias, parroquia San Miguel, parroquia Taday y cerro Abuga

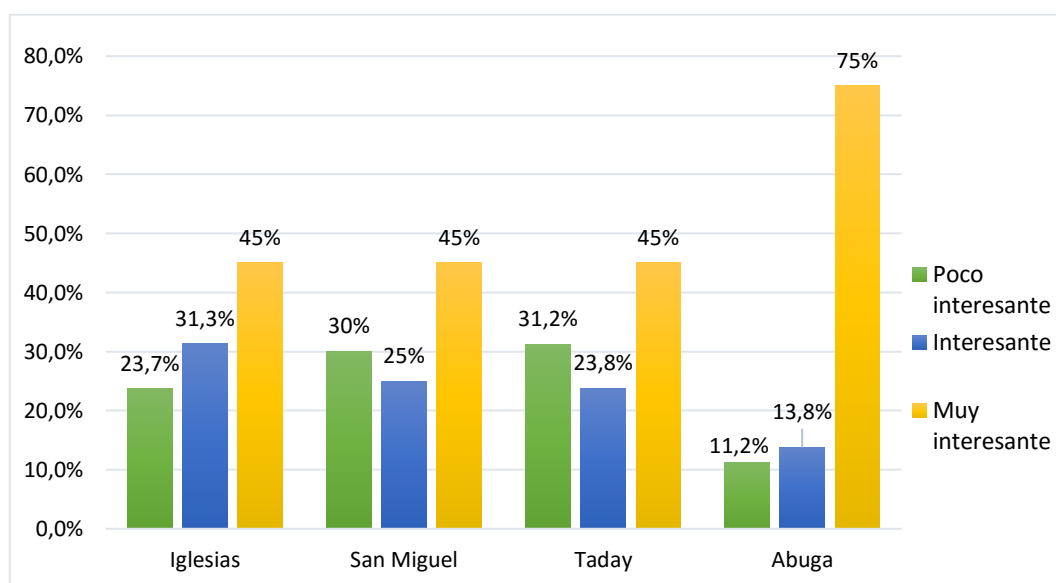


Gráfico 46 Turista local: Interés por conocer las iglesias, parroquias San Miguel y Taday y el cerro Abuga

Fuente: Elaboración propia

En relación a las iglesias, la parroquia Taday y la parroquia San Miguel estos tres atractivos tienen el mismo porcentaje de interés en conocerlos de un 45%, por otro lado, y con el porcentaje más alto, el cerro Abuga posee un 75% de

interés. En el grado interesante las iglesias tienen un 31,3%, San Miguel 25%. Taday un 23,8% y el cerro Abuga un 13,8%, en los tres primeros atractivos el porcentaje del grado interesante casi iguala al nivel muy interesante. En la falta de interés por visitar estos atractivos el porcentaje promedio es de 24%.

3.3.5 Atractivos: Museos, parroquia Guapán y Centro Turístico la Vieja Estación.

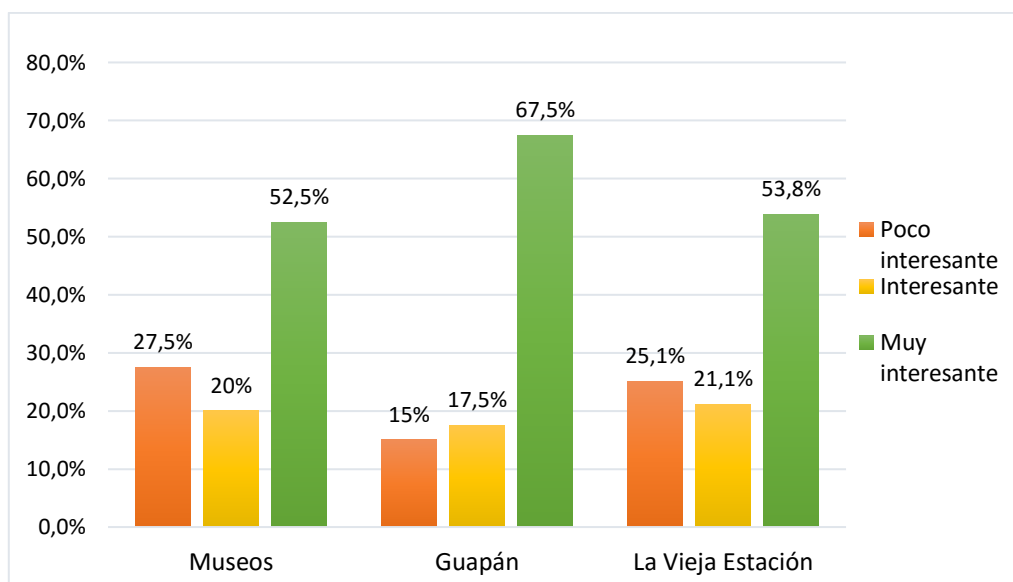


Gráfico 47 Turista local: Interés por conocer los museos, Guapán y la Vieja Estación

Fuente: Elaboración propia

En lo que concierne a los turistas locales acerca de su interés por visitar los museos del cantón, el 52,5% de ellos mencionan que están muy interesados en conocerlos, por otro lado, la parroquia Guapán también es un atractivo muy apetecido, pues entre estos tres atractivos tiene el porcentaje más alto con un 67,5%. Así mismo, el Centro Turístico la Vieja Estación posee un 53,8% de aceptación por parte del turista local. En el grado dos, interesante, los porcentajes de los atractivos se encuentran entre el 17,5% y 21,1%, siendo el de



los museos el más y la Vieja Estación la más alta. Por último, el promedio en el grado poco interesante es de 22,5%, lo cual al igual que los demás atractivos, casi se mantiene un porcentaje cercano al 20%, esto en cuanto a los turistas locales.

3.4 Servicios turísticos utilizados por el turista nacional

3.4.1 Principales fuentes de información del turista nacional

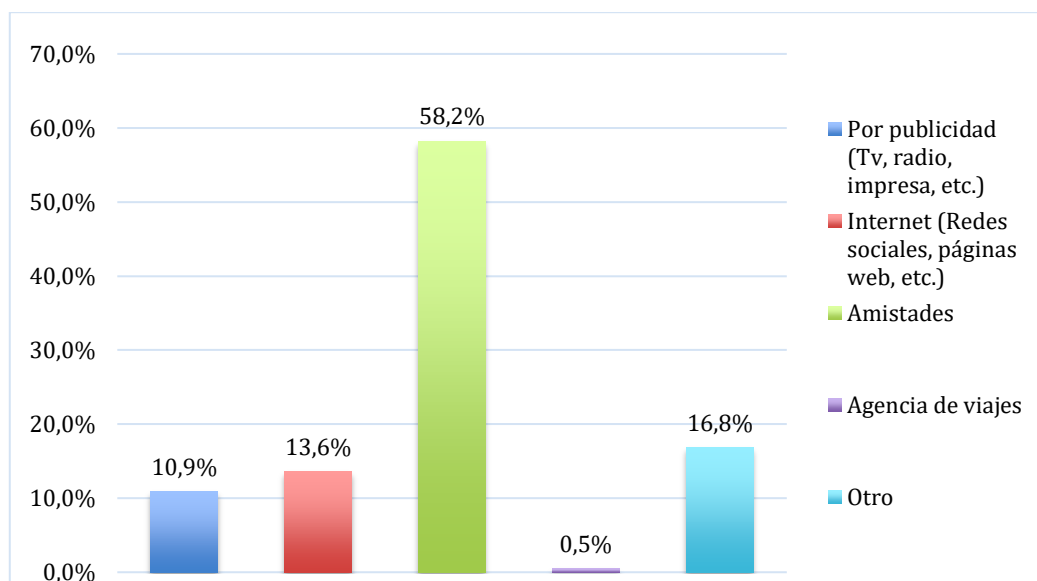


Gráfico 48 Fuentes de información del turista nacional

Fuente: Elaboración propia

Hoy en día, con el avance de la tecnología, existen diversos medios de comunicación por los cuales podemos obtener información de potenciales lugares a los que podemos viajar, es así que, un 10,9% de los turistas nacionales expresa obtener información del cantón por medios publicitarios como lo es la televisión, radio, impresos, etc. Un 13,6% usa internet para estar al pendiente de información turística, que le ayudará a decidir cuál es el destino ideal para viajar,



con un porcentaje mayoritario del 58,2%, el boca a boca ha demostrado liderar esta lista.

3.4.2 Medios de transporte utilizados por el turista nacional

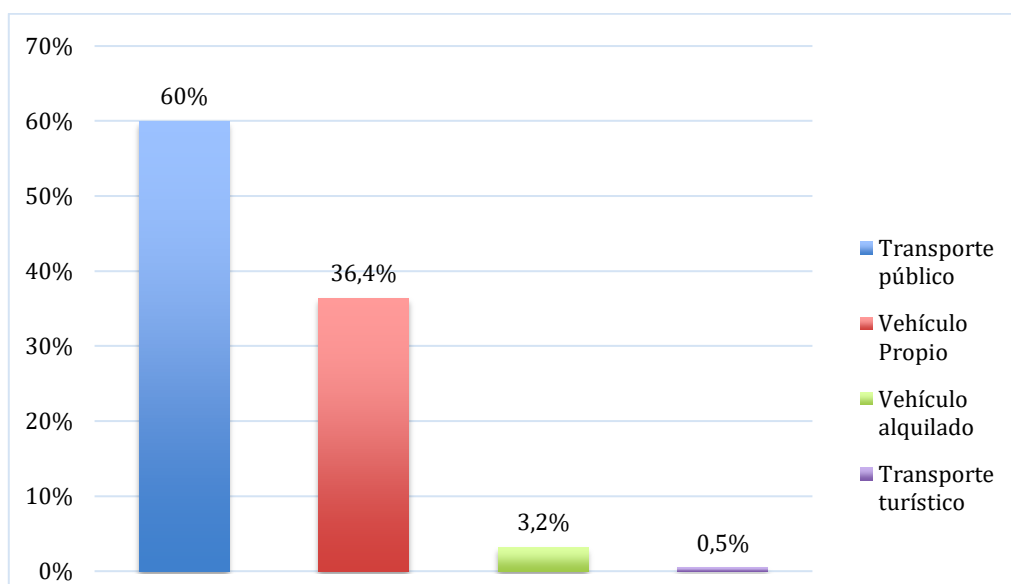


Gráfico 49 Transporte utilizado por el turista nacional

Fuente: Elaboración propia

El medio de transporte público es el mas usado por los turistas nacionales, pues se tiene que el 60% elige esta opción, mientras que el 36,4% viaja en transporte propio. Por otro lado el 3,2% decide transportarse en vehículos alquilados, y finalmente el 0,5% hace uso de un transporte turístico.

3.4.3 Alojamiento utilizado por el turista nacional

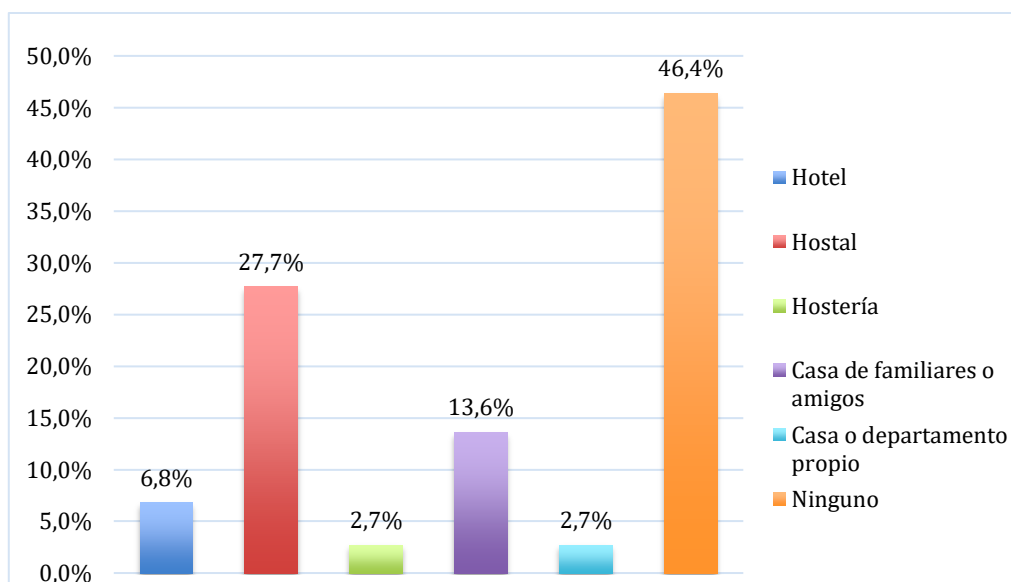


Gráfico 50 Alojamiento utilizado por el turista nacional

Fuente: Elaboración propia

En este caso, un 46,20% expresa no haber utilizado ningún tipo de alojamiento durante su estadía, esto se debe principalmente a que, su tiempo de estadía no superó las 24 horas, un 27,60% se hospedó en un hostal, otros optaron por pernoctar en la casa de familiares y amigos, porcentaje correspondiente al 13,60%, el 6,8% escogieron pasar la noche en hoteles y un 5,4% en hosterías y casa o departamento propio.

3.4.4 Servicio alimentario utilizado por el turista nacional

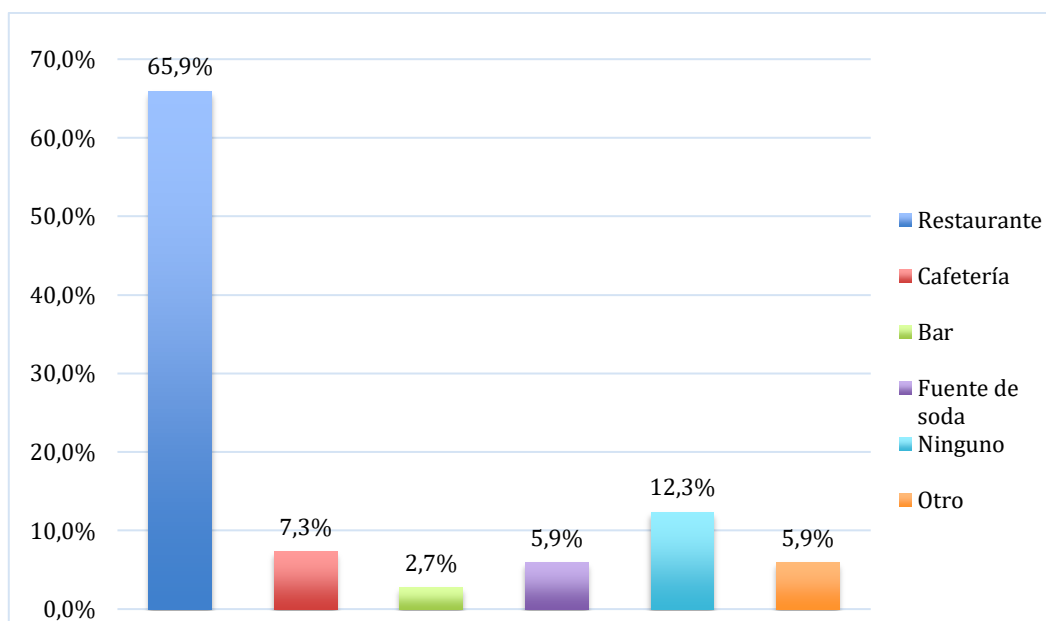


Gráfico 51 Servicio alimentario utilizado por el turista nacional

Fuente: Elaboración propia

Los restaurantes son el tipo de servicio alimentario más usado por el turista nacional, con un 65,9%, seguido de la opción, ninguno, con un 12,3%, esto se debe a la escasez de servicios alimentarios en varios atractivos, lo que ha motivado a los turistas nacionales a llevar sus propios alimentos y disfrutar de un día de picnic junto con sus familiares o amigos. Un 7,3% hizo uso de cafeterías durante su estadía, y el porcentaje faltante de 14,5%, eligió bares, fuentes de soda y otras opciones como establecimiento de servicio alimentario.



3.5 Actividades turísticas que el turista nacional prefiere realizar en Azogues

3.5.1 Grado de interés del turista nacional por visitar los atractivos

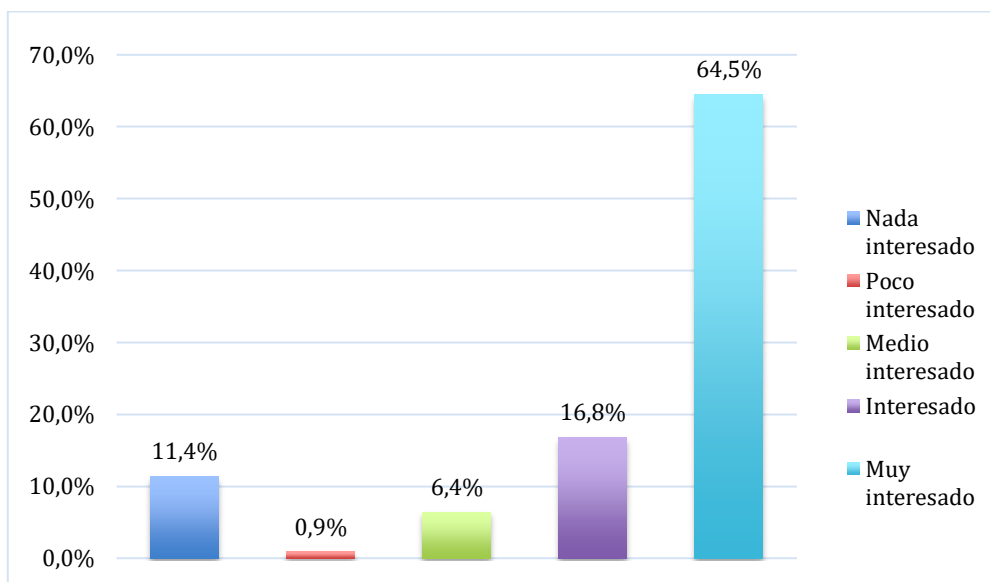


Gráfico 52 Turista nacional: interés por conocer los atractivos

Fuente: Elaboración propia

Un 64,5% de los turistas nacionales menciona estar muy interesado en visitar los atractivos del cantón, seguido de un 16,8% que expresa de igual manera, su interés en esta actividad, un 6,4 se encuentra en un punto medio en relación a su grado de interés y el 12,3% señala estar poco y nada interesado en esta actividad.



3.5.2 Grado de interés del turista nacional por realizar deportes extremos

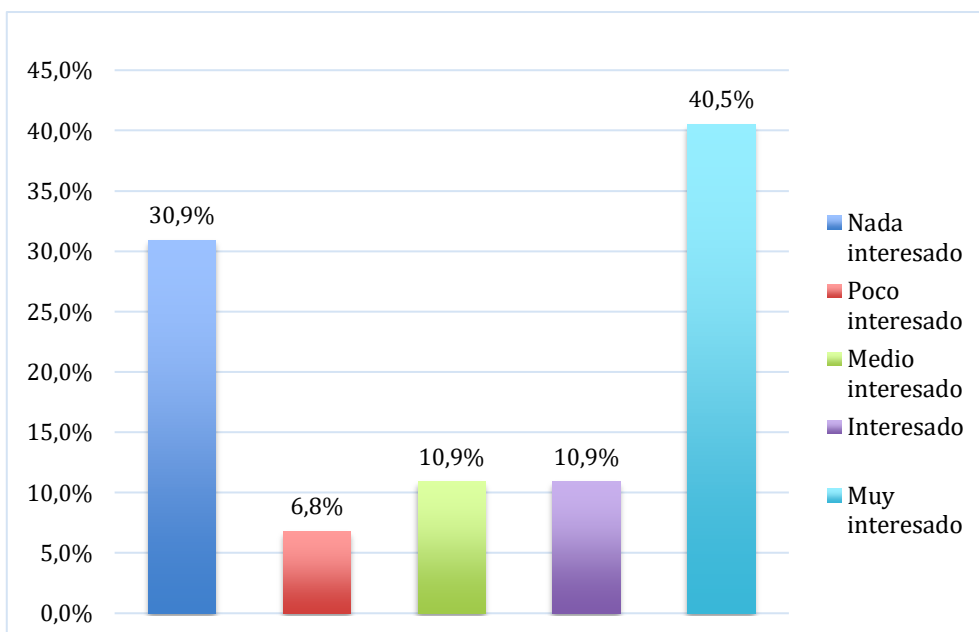


Gráfico 53 Turista nacional: interés por realizar deportes extremos

Fuente: Elaboración propia

Un 51,4% de los turistas nacionales encuestados manifiestan su interés por realizar deportes extremos en el cantón, el 10.9% escogió la opción medio interesado, ya que, aseguran no estar muy interesado en esta actividad, pero no descartan la idea de poder realizarlo en algún momento, y finalmente, el 37,7% descarta completamente la posibilidad de realizar este tipo de actividades.

3.5.3 Grado de interés del turista nacional por recorrer rutas temáticas

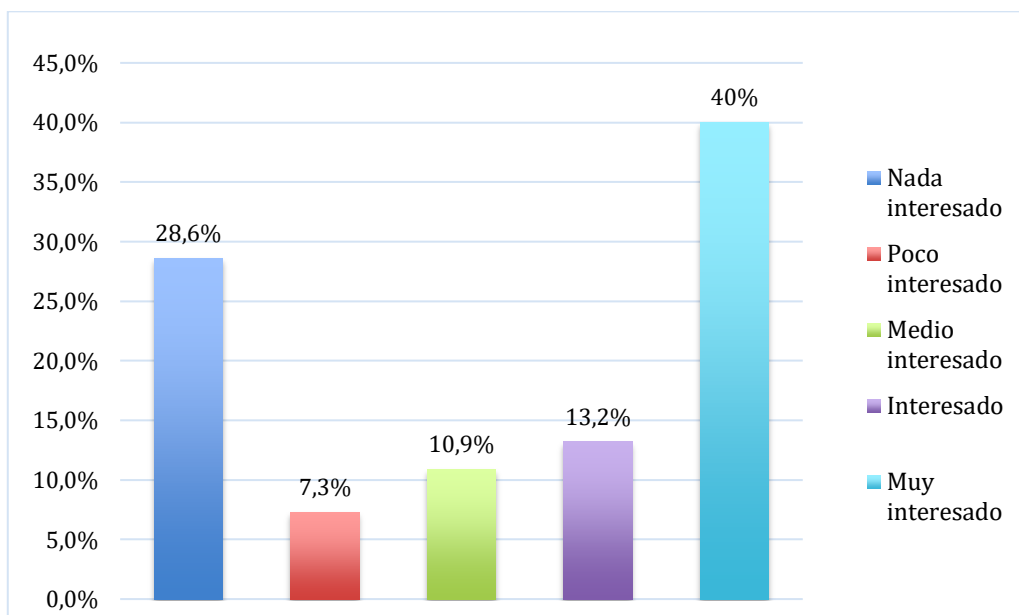


Gráfico 54 Turista nacional: interés por recorrer rutas temáticas

Fuente: Elaboración propia

El desconocimiento de estas rutas por parte de los turistas nacionales hace que su poder de elección se vea afectado, estableciendo que un 53,2% de los turistas expresan estar interesados en participar en estas rutas, un 10,9% señalan estar medio interesados y el porcentaje restante de 35,9% presentan poco o nada de interés en la actividad antes mencionada.

3.5.4 Grado de interés del turista nacional por convivir con la naturaleza en Azogues

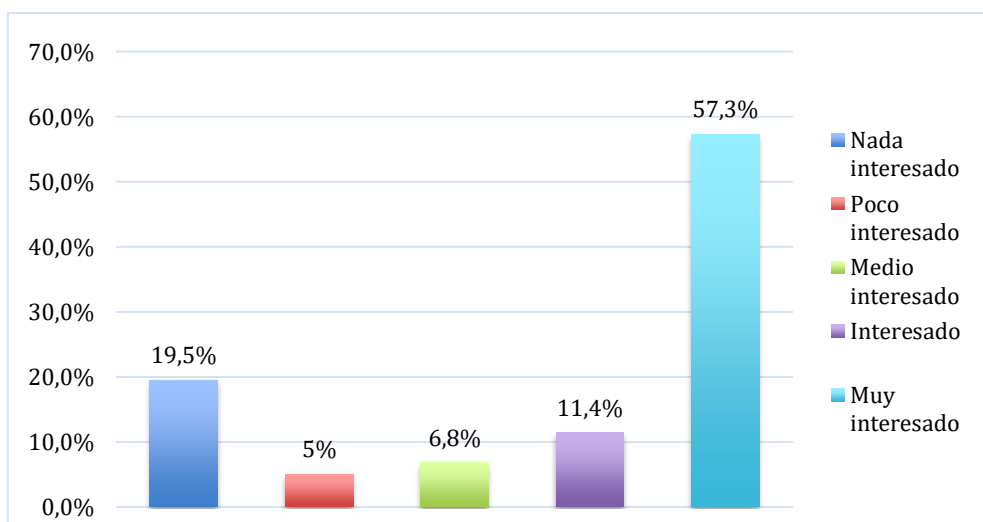


Gráfico 55 Turista nacional: interés por convivir con la naturaleza

Fuente: Elaboración propia

Azogues cuenta con varios atractivos naturales, visitados por poseer paisajes únicos, que permiten al turista pasar momentos inolvidables al convivir con la naturaleza, por lo cual, un 68,7% asegura estar interesado en esta actividad, un 6,8% está medio interesado y el 20% no considera el convivir con la naturaleza como una opción interesante a la hora de visitar el destino.



3.5.5 Festividad en las que el turista nacional prefiere participar

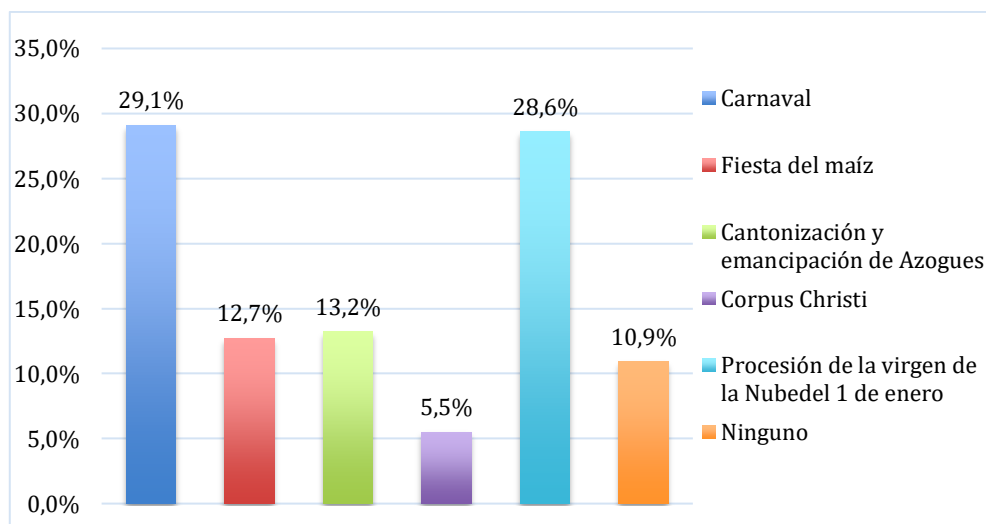


Gráfico 56 Turista nacional: interés por participar en las festividades

Fuente: Elaboración propia

Durante el período de encuestas, se obtuvo un 29,1% correspondiente a turistas nacionales que escogieron Carnaval como la festividad en la que estarían dispuestos a participar. Con un porcentaje similar, el 28,6% asegura que visitará el cantón nuevamente para ser partícipes de la Procesión de la Virgen de la Nube, al 13,2% le llama la atención las festividades realizadas por la cantonización y emancipación de Azogues, el 12,7% manifiesta su deseo por trasladarse al Cerro Cojitambo y conocer más sobre la fiesta del maíz. A un 10,9% no le gustaría participar en ninguna de las festividades antes mencionadas y el 5,5% expresa su interés por visitar el cantón durante sus festividades de Corpus Christi.

3.6 Atractivos turísticos que el turista nacional está dispuesto a visitar en Azogues

3.6.1 Atractivos: Alfarería, herrerías, cestería y picapedreros.

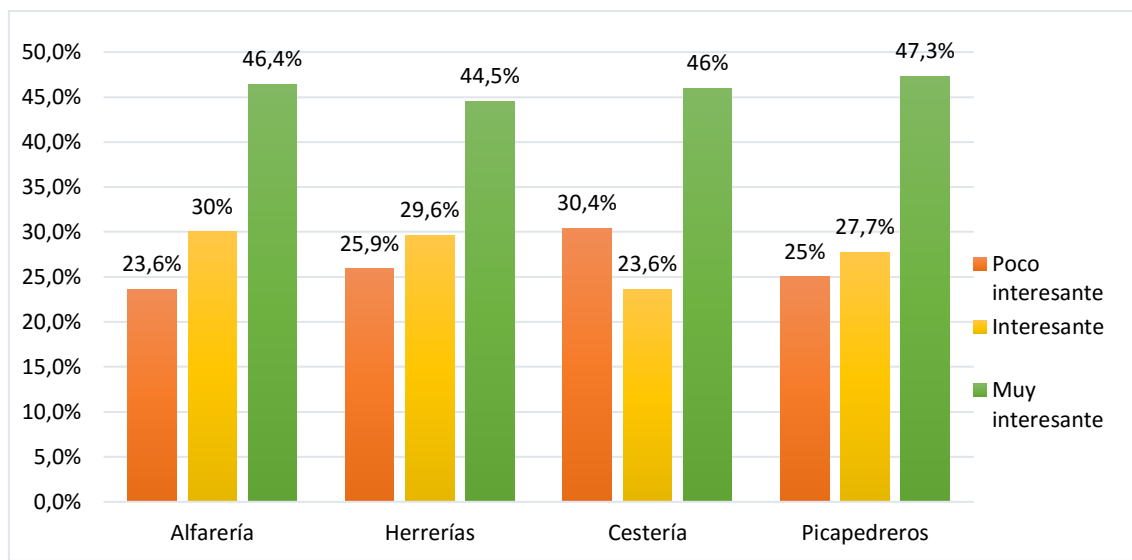


Gráfico 57 Turista nacional: Interés por conocer la alfarería, herrerías, cestería y picapedreros

Fuente: Elaboración propia

En relación a la alfarería, herrerías, cestería y picapedreros, este último posee el porcentaje más alto de 47,3%, seguido de la alfarería con un 46,4%, la cestería con un 46% y las herrerías con el 44,5%, resaltando que ninguno sobrepasa el 50% de aceptación en el nivel muy interesante. Por otra parte, en el nivel interesante, la alfarería lidera con un 30% de aceptación, siguiendo las herrerías con el porcentaje de 29,6%, en tercer lugar, esta los picapedreros con un 27,7% y finalmente la cestería con el porcentaje más bajo de un 23,6%. En la falta de interés por conocer los atractivos el porcentaje promedio de estos atractivos es de 26,2%, manteniéndose aun e patrón de los turistas locales, en el cual el porcentaje promedio supera el 20%.

3.6.2 Atractivos: Plazas y parque, Complejo Arqueológico Cojitambo, bosques protegidos y paja toquilla

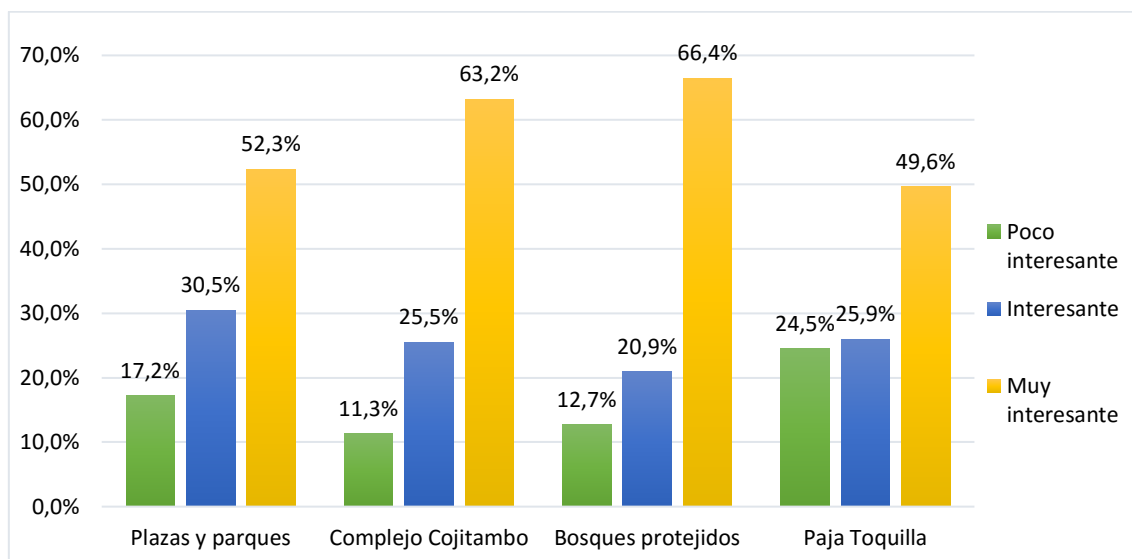


Gráfico 58 Turista nacional: interés por conocer plazas y parques, complejo Cojitambo, bosques protegidos y paja toquilla

Fuente: Elaboración propia

En relación a las plazas y parques, complejo arqueológico Cojitambo, bosques protegidos y la paja toquilla, el segundo y tercer atractivo poseen los porcentajes más altos de aceptación con un 66,4% en bosque protegidos y 63,2% en el complejo arqueológico Cojitambo respectivamente, seguido de plazas y parques con el 52,3% y por último la paja toquilla con un 49,6% de interés en conocer los atractivos por parte del turista nacional. En el grado interesante el más alto porcentaje lo sustenta las plazas y parque con el 30,5% y de menor porcentaje los bosques protegidos con un 20,9%, mientras que el Cojitambo posee el 25,5% y la paja toquilla el 25,9%. Y en el poco interés de conocer estos atractivos el promedio entre estos recursos turísticos es de 16,4%.

3.6.3 Atractivos: Hidroeléctrica Mazar, laguna de Saguín, Catedral y Santuario Franciscano

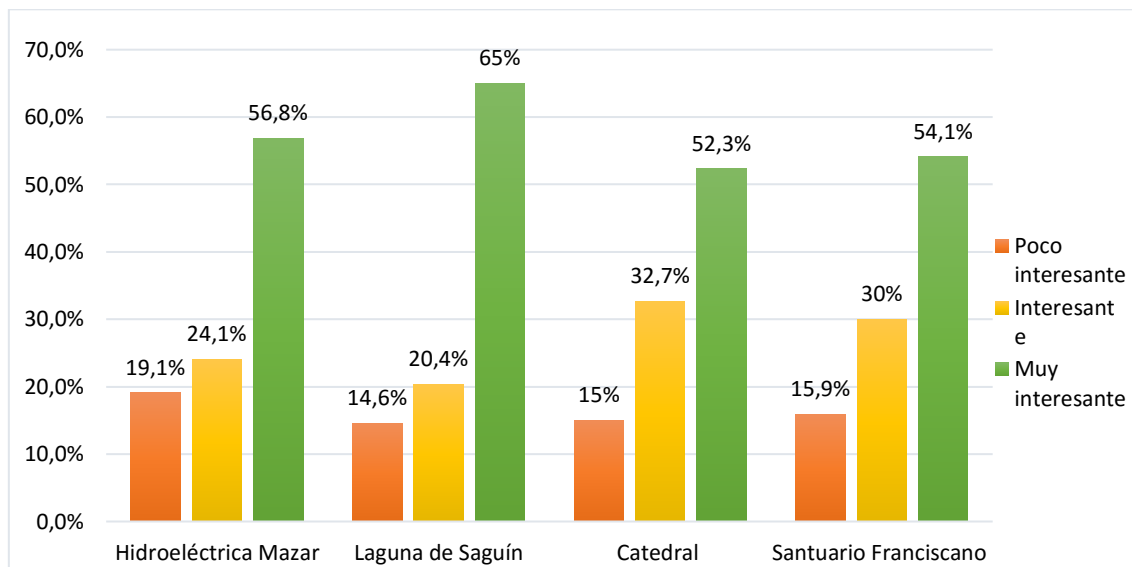


Gráfico 59 Turista nacional: Interés por conocer Mazar, laguna de Saguín, Catedral y el Santuario Franciscano

Fuente: Elaboración propia

En lo que se refiere a la hidroeléctrica Mazar, laguna de Saguín, la Catedral y el Santuario Franciscano, el porcentaje mayor lo posee Saguín con el 65%, mientras la hidroeléctrica tiene un 56,8%, seguido del Santuario Franciscano con 54,1% y finalmente la Catedral con un 52,3%. En el grado interesante en primer lugar está la Catedral con el 32,7%, seguido del Santuario con el 30%, Mazar con un 24,1% y Saguín con el 20,4%. En el poco o la falta de interés el promedio entre estos atractivos es de 16,2%.



3.6.4 Atractivos: Iglesias, parroquia San Miguel, parroquia Taday y cerro Abuga

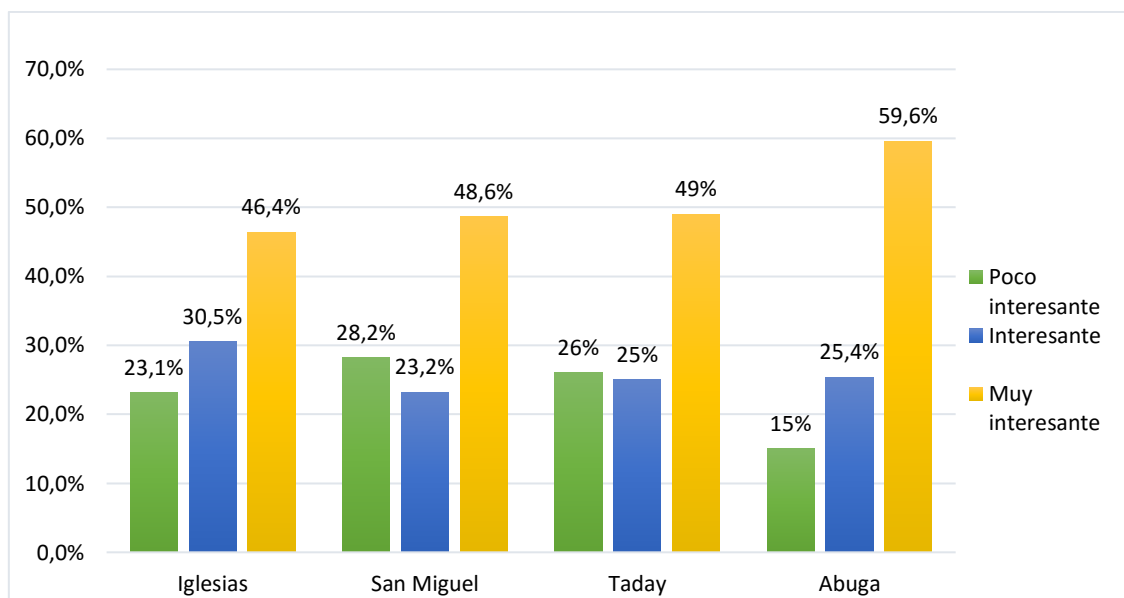


Gráfico 60 Turista nacional: interés por conocer las iglesias, parroquias San Miguel y Taday y el cerro Abuga

Fuente: Elaboración propia

En lo que se refiere a iglesias, las parroquias San Miguel, Taday y el cerro Abuga, este último tiene el porcentaje más alto de interés con el 59,9%, mientras y el atractivo iglesias el menor porcentaje con el 46,4%, pero no muy lejos de este, la parroquia San Miguel posee un 48,6% y Taday el 49%. En el nivel interesante el promedio de estos cuatro atractivos es de 26% y en el grado poco interesante este disminuye a 23,1%, siendo la diferencia poco significativa.

3.6.5 Atractivos: Museos, parroquia Guapán y Centro Turístico la Vieja Estación.

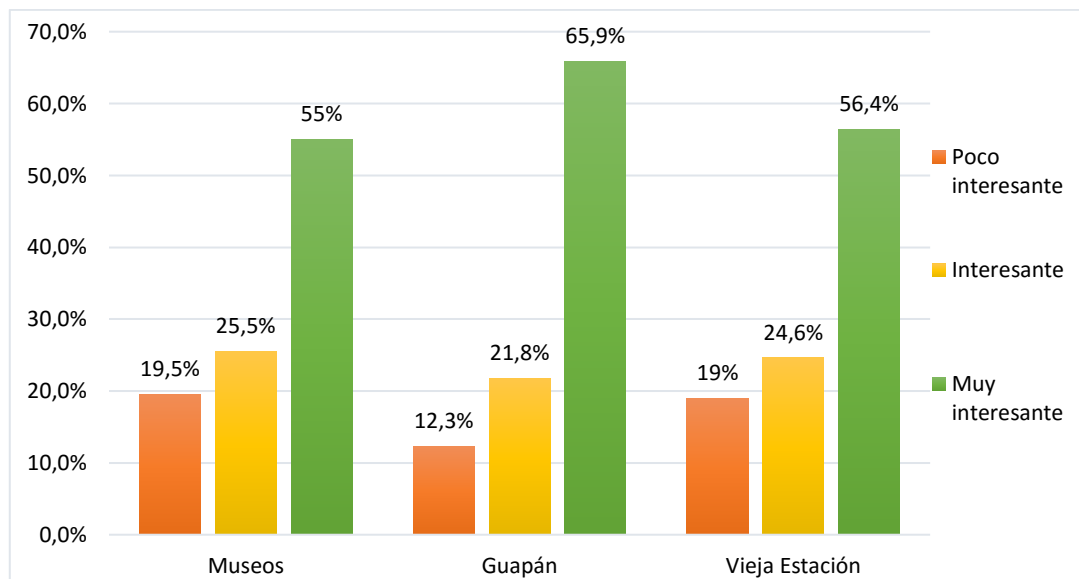


Gráfico 61 Turista nacional: interés por conocer los museos, Guapán y la Vieja Estación

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a los museos, parroquia Guapán y la Vieja Estación, los turistas nacionales están muy interesados en visitar más la parroquia Guapán, pues el 65,9% de los encuestados prefiere este atractivo, mientras que la Vieja Estación, se encuentra en segundo lugar con el 56,4% de interés y finalmente los museos ocupan el tercer lugar con el 55%. Así mismo, en el grado interesante, el porcentaje más alto tiene los museos con el 25,5%, seguido de la Vieja Estación con un 24,6% y, por último, Guapán, con el 21,8%. En la categoría poco interesante por conocer los atractivos el promedio entre estos es de 16,9%.

3.7 Servicios turísticos utilizados por el turista internacional durante su estadía en Azogues

3.7.1 Principales fuentes de información del turista internacional

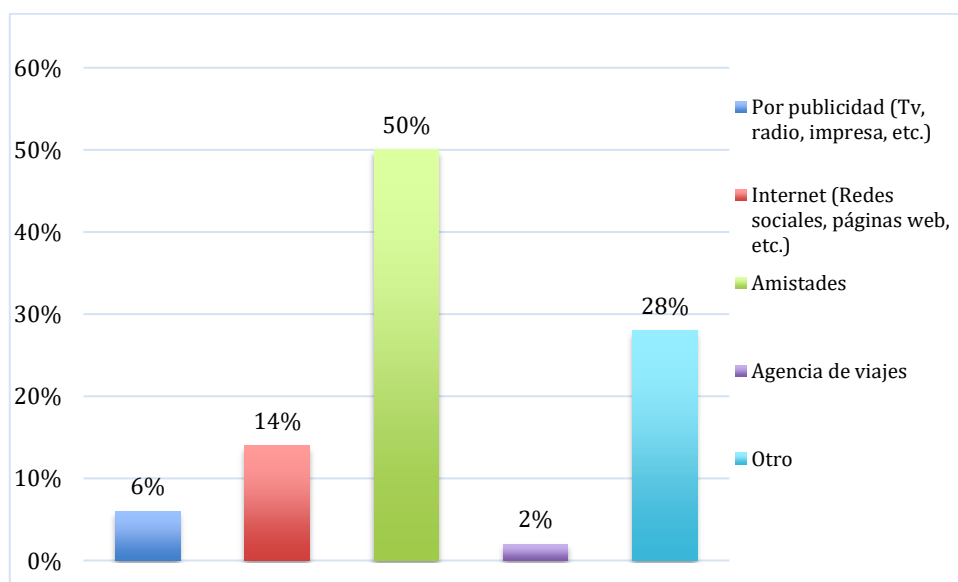


Gráfico 62 Fuentes de información del turista internacional

Fuente: Elaboración propia

Si se considera los porcentajes de mayor a menor, el 50% menciona haber obtenido información de la oferta turística del cantón, por familiares y amigos que han tenido buenas experiencias durante su recorrido, lo que expresa la importancia de brindar un buen servicio al turista para obtener mayor publicidad por medio del boca a boca, un 28% no ha usado un medio de información específico por lo que señala otro como su opción preferencial, por otro lado, un 14% usó el internet para conocer más de Azogues, un 6% lo hizo mediante medios publicitarios como Tv, radio, impresos, etc. Las agencias de viajes, representan un 2%, aunque cabe resaltar que los turistas encuestados mencionaron que estas agencias de viajes pertenecían a un lugar distinto al de visita.



3.7.2 Medios de transporte utilizados por el turista internacional

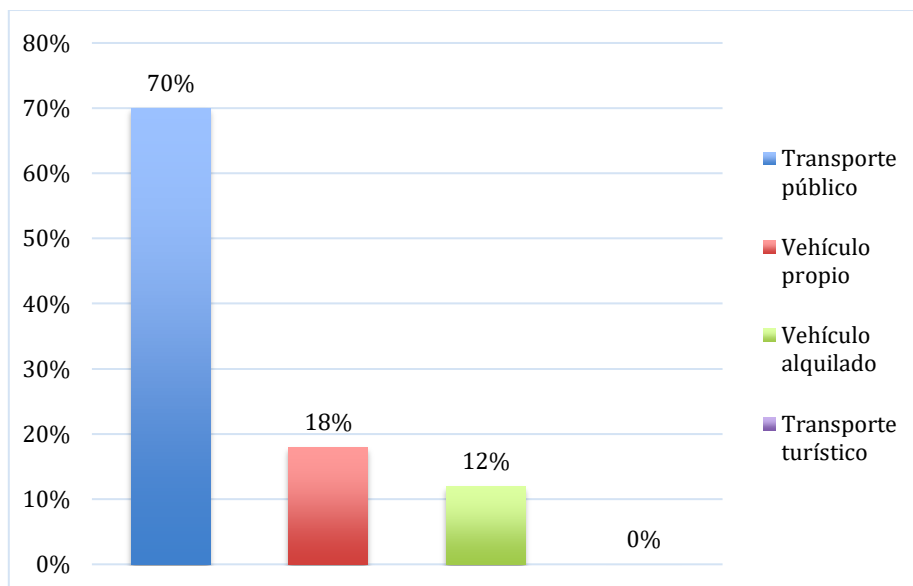


Gráfico 63 Transporte utilizado por el turista internacional

Fuente: Elaboración propia

Un 70% usó transporte público para trasladarse hacia y dentro del cantón, el 18% utilizó vehículo propio y un 12% alquiló un vehículo para realizar su visita a Azogues. En esta interrogante, no se atribuye ningún porcentaje a la opción transporte turístico, lo que significa que el turista no está interesado en este medio de transporte o que aún este tipo de servicio no está afianzado en la mente del turista.



3.7.3 Alojamiento utilizado por el turista internacional

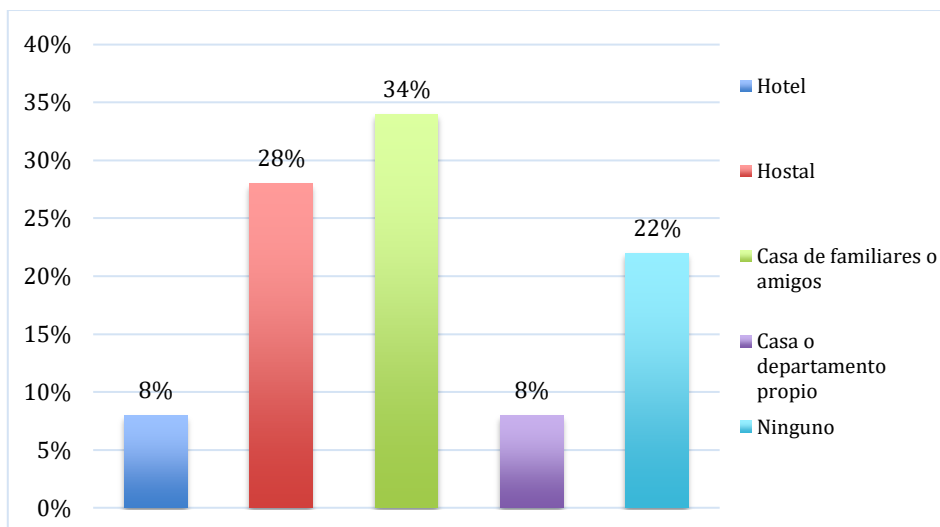


Gráfico 64 Alojamiento utilizado por el turista internacional

Fuente: Elaboración propia

Un 34% de los turistas internacionales acuden a la casa de familiares o amigos para hospedarse, un 28% pernoctan en hostales del cantón, el 22% no utiliza alojamiento, esto se debe a que, no todos los turistas internacionales permanecen en el destino más de un día o deciden optar por otras formas de pernoctación como es acampar, el 8% hace uso de las instalaciones de un hotel y el 8% restante tiene una casa o departamento propio en Azogues, por lo que no necesitan contratar alojamiento.

3.7.4 Servicio alimentario utilizado por el turista internacional

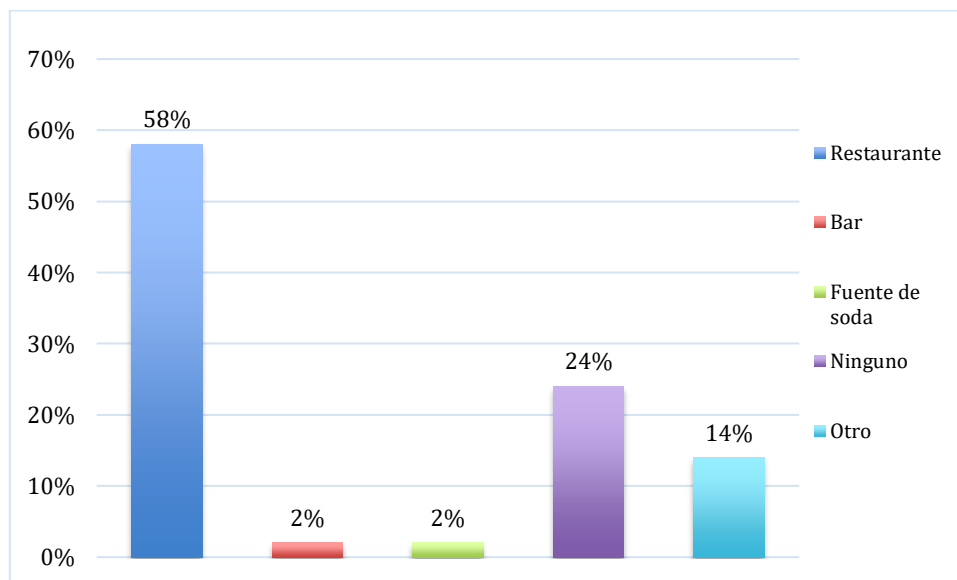


Gráfico 65 Servicio alimentario utilizado por el turista internacional

Fuente: Elaboración propia

El tipo de servicio alimentario más utilizado es el restaurante con un 58%, seguido por la opción ninguno con un 24%, puesto que, como lo habíamos mencionado anteriormente, los turistas suelen llevar sus alimentos, no comer nada porque no permanecen en el destino mucho tiempo o porque tienen casas o departamentos a los que se dirigen para cocinar sus alimentos. Un 14% asegura usar otro tipo de servicio alimentario, un 2% utiliza bares y un 2% adquiere sus alimentos en fuentes de soda.



3.8 Actividades turísticas que el turista internacional prefiere realizar en Azogues

3.8.1 Grado de interés del turista internacional por visitar los atractivos

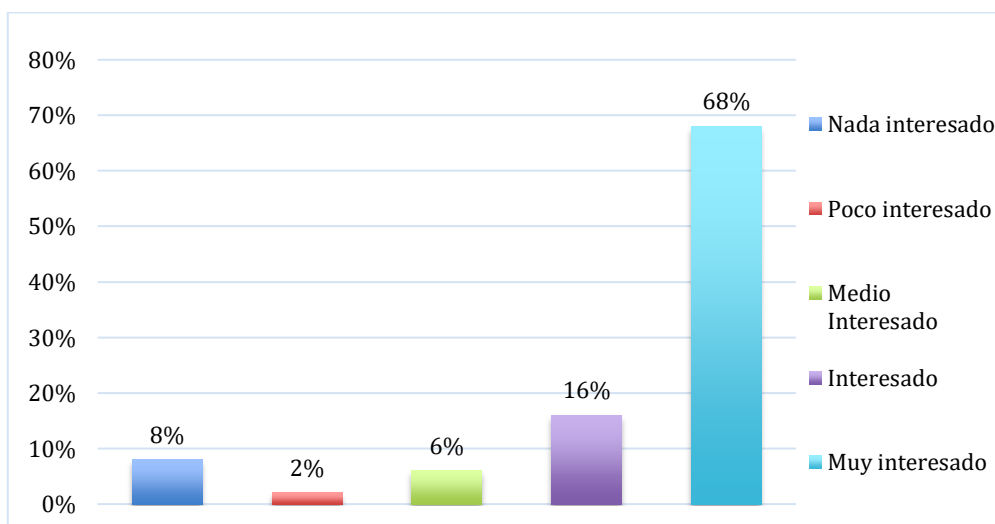


Gráfico 66 Turista internacional: interés por conocer los atractivos

Fuente: Elaboración propia

El 84% de los encuestados asegura estar interesado en visitar los atractivos del cantón Azogues, un 6% no tiene un panorama claro al responder que está medio interesado en esta actividad, y un 10% no considera esta opción como interesante.



3.8.2 Grado de interés del turista internacional por realizar deportes extremos

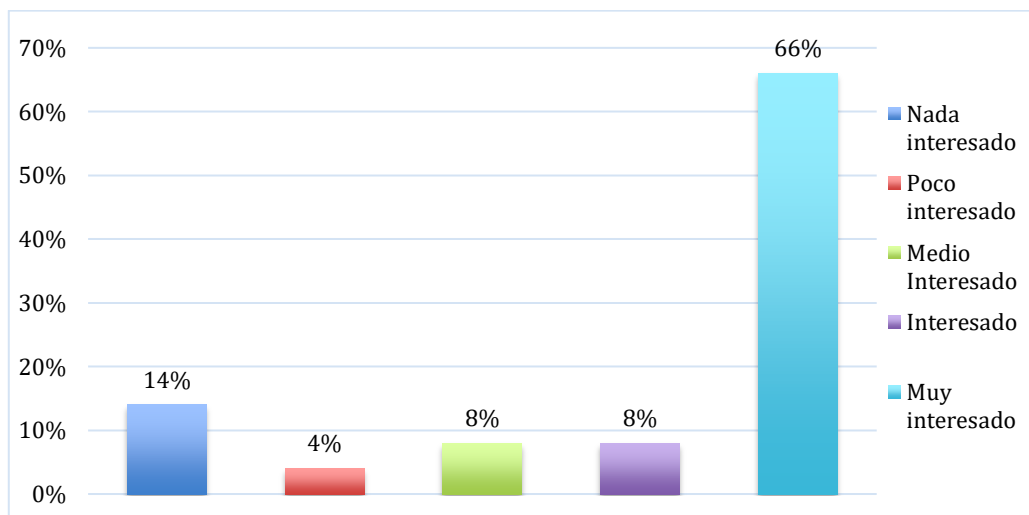


Gráfico 67 Turista internacional: interés por realizar deportes extremos

Fuente: Elaboración propia

Un 74% presenta interés por sentir la adrenalina al realizar deportes extremos en los atractivos de Azogues, un 8% está en un punto medio, al estar medio interesado, y un 18% descarta esta actividad, al señalar su desinterés por el mismo.



3.8.3 Grado de interés del turista internacional por recorrer rutas temáticas

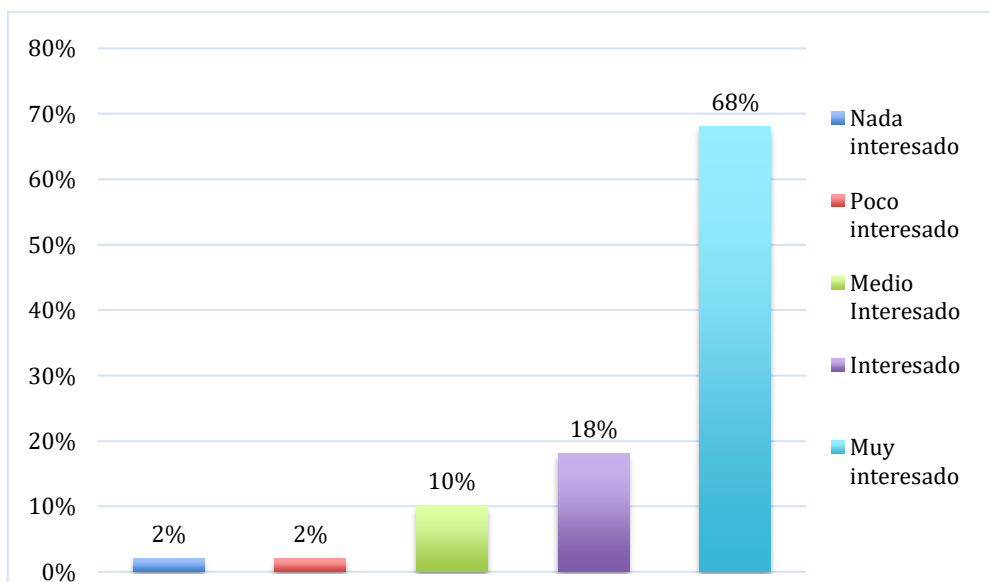


Gráfico 68 Turista internacional: interés por recorrer rutas turísticas

Fuente: Elaboración propia

A pesar de desconocer el concepto de rutas temáticas, luego de una breve explicación, un 86% demostró su interés por participar en estas rutas, un 10% aún no se siente atraído por esta actividad, manifestando un interés medio, y un 4% no está interesado en estas rutas.



3.8.4 Grado de interés del turista internacional por convivir con la naturaleza

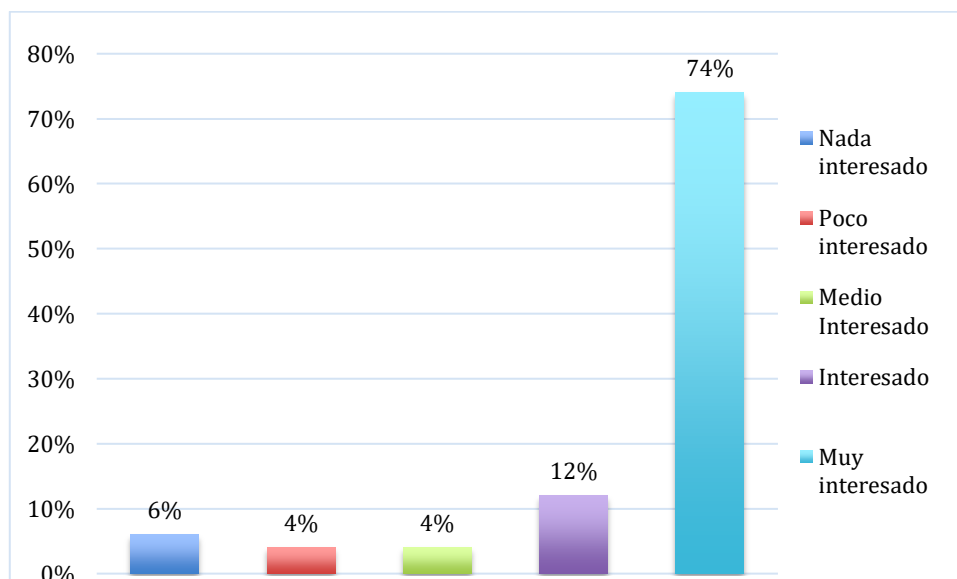


Gráfico 69 Turista internacional: interés por convivir con la naturaleza

Fuente: Elaboración propia

Azogues tiene varios atractivos naturales, que están posicionándose en la mente de los turistas, es así que, un 86% expresa estar interesado en visitar atractivos que le permitan convivir con la naturaleza, un 4% está medio interesado, y un 10% está poco y nada interesado.



3.8.5 Festividad en la que el turista internacional está dispuesto a participar

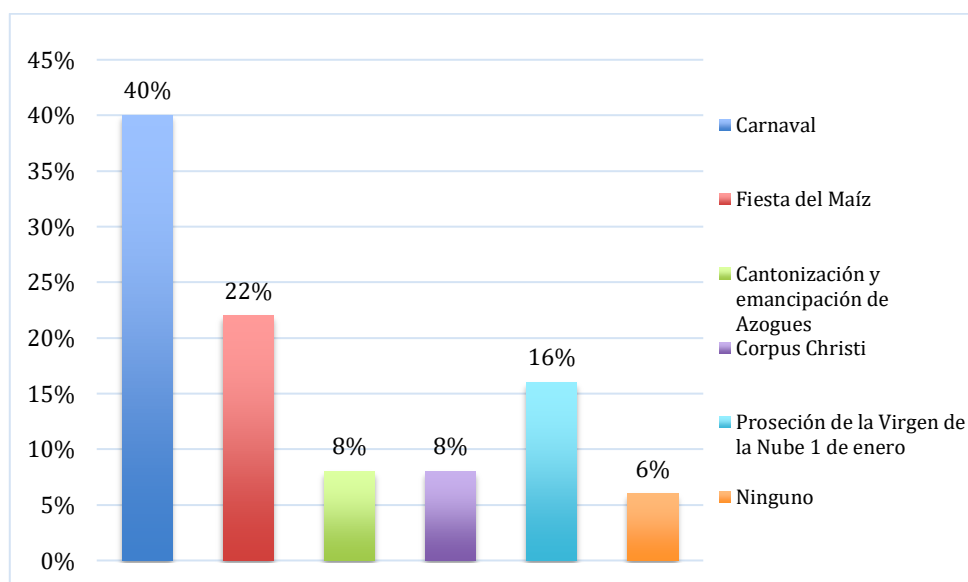


Gráfico 70 Turista internacional: interés por participar en las festividades

Fuente: Elaboración propia

Las festividades de Carnaval son las que tuvieron más aceptación con un 40%, la fiesta del Maíz, realizada en el Cerro Cojitambo tiene una acogida del 22%, un 16% eligió a la Prosección de la Virgen de la Nube como su principal opción y el 16% restante está dividido en porcentajes iguales para el Corpus Christi y las fiestas de Cantonización y Emancipación de Azogues.

3.9 Atractivos turísticos que el turista internacional está dispuesto a visitar en Azogues

3.9.1 Atractivos: Alfarería, herrerías, cestería y picapedreros.

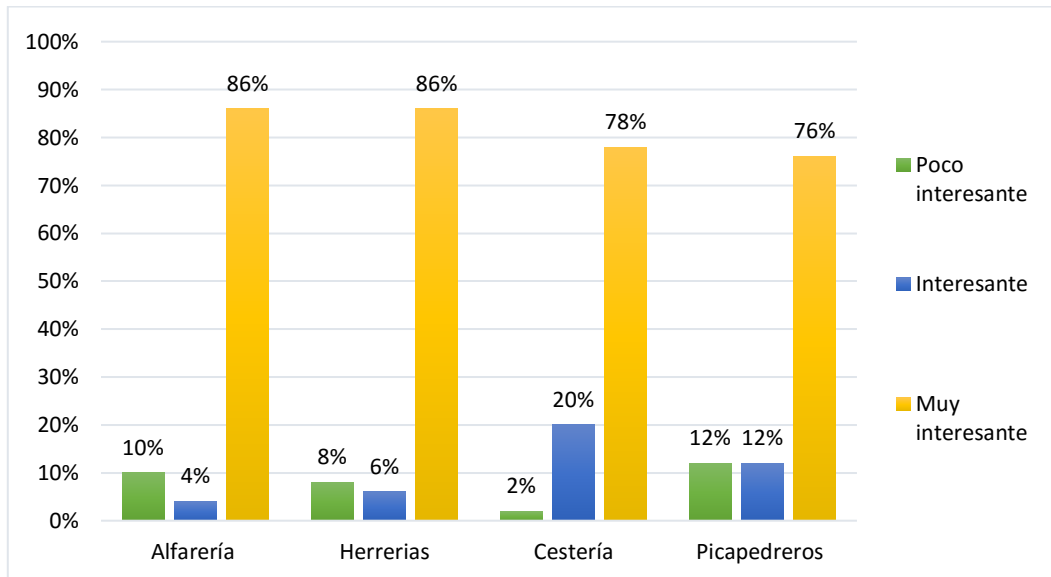


Gráfico 71 Turista internacional: interés por conocer la alfarería, herrerías, cestería, picapedreros

Fuente: Elaboración propia

En cuanto al nivel de interés que presentan los turistas internacionales por visitar los atractivos de alfarería, herrerías, cestería y picapedreros; los dos primeros atractivos mantienen el mismo porcentaje de un 86% a favor, pues los turistas están muy interesados en visitarlos, de la misma forma la cestería y picapedreros poseen un grado de interés de 78% y 76% de aceptación para visitarlos. Por otro lado, y en porcentajes menores, tanto la alfarería como las herrerías poseen un porcentaje de 4% y 6% de interés para ser visitados, mientras la cestería y picapedreros están en un 20% y 12% respectivamente. Y finalmente, la falta de interés por visitar estos lugares o atractivos tiene un promedio entre los diferentes atractivos no mayor a un 10%.

3.9.2 Atractivos: Plazas y parque, Complejo Arqueológico Cojitambo, bosques protegidos y paja toquilla

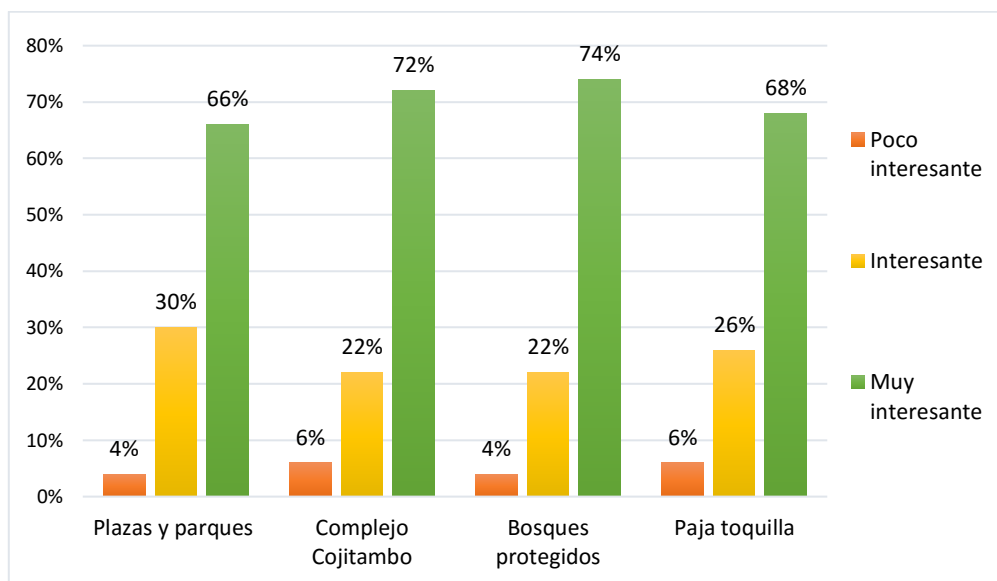


Gráfico 72 Turista internacional: interés por conocer plazas y parques, complejo arqueológico Cojitambo, bosques protegidos, paja toquilla

Fuente: Elaboración propia

Sobre los atractivos de plazas y parques, complejo Cojitambo, bosques protegidos y paja toquilla, a diferencia de los anteriores atractivos, estos no pasan el 80% de interés por ser visitados. Así tenemos que, plazas y parques del cantón Azogues tiene un 66% de interés, casi igual a la paja toquilla el cual posee un 2% más. Mientras que, el complejo Cojitambo con los bosques protegidos ostentan los más altos porcentajes con un 72% y 74% respectivamente. En cuanto al nivel de interés medio por conocer estos atractivos, todos se mantiene entre un 22% y 30%. Por otra parte, el poco interés por conocer estos atractivos tiene un porcentaje muy bajo, con un promedio de un 5%.

3.9.3 Atractivos: Hidroeléctrica Mazar, laguna de Saguín, Catedral y Santuario Franciscano

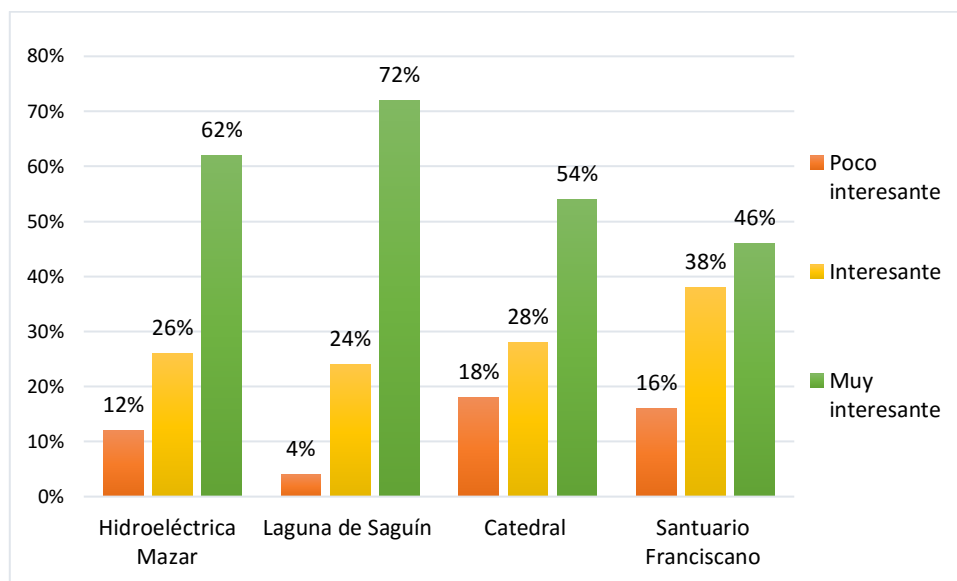


Gráfico 73 Turista internacional: interés por conocer Mazar, laguna de Saguín, catedral y santuario franciscano

Fuente: Elaboración propia

Con respecto a los atractivos hidroeléctrica Mazar, laguna de Saguín, Catedral, Santuario Franciscano; los dos últimos atractivos son los que menos nivel de interés tienen, debido a que el Santuario Franciscano sostiene un 46% y la Catedral presenta apenas un porcentaje del 54%. Por el contrario, la laguna de Saguín muestra un 72% de interés, y la hidroeléctrica Mazar un 62% de aceptación. Por otra parte, el nivel medio de interés (interesante en el cuadro), los porcentajes son muy altos, sobre todo en el Santuario, donde este nivel posee apenas un 8% menos que el grado de interés alto (muy interesante). Y finalmente la falta de interés por visitar los atractivos posee un promedio de 12,5%, entre los cuatro atractivos.

3.9.4 Atractivos: Iglesias, parroquia San Miguel, parroquia Taday y cerro Abuga

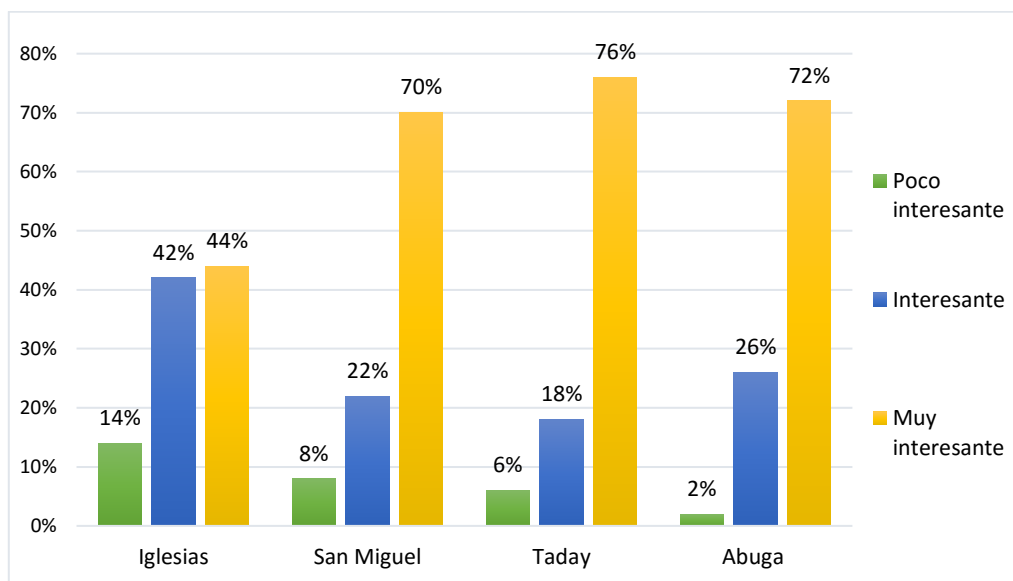


Gráfico 74 Turista internacional: interés por conocer las iglesias, parroquia San Miguel, Taday, cerro Abuga

Fuente: Elaboración propia

Acerca de los atractivos de las iglesias de Azogues, parroquia Taday, parroquia San Miguel y el cerro Abuga, se puede apreciar que, a excepción de las iglesias, todos los demás atractivos poseen niveles altos de aceptación, siendo la parroquia Taday la más alta con un 76%, y la parroquia San Miguel la más baja con un 70%. Por el contrario, las iglesias tienen el nivel más bajo de aceptación entre estos atractivos con apenas un 44%, lo cual, si comparamos con el nivel medio de interés, este es superior con un 2%. Y el poco interés es insignificante, excepto en el atractivo iglesias, el cual tiene un porcentaje del 14%. Entre todos los atractivos en el grado poco interesante el promedio es de 7,5%.



3.9.5 Atractivos: Museos, parroquia Guapán y Centro Turístico la Vieja Estación.

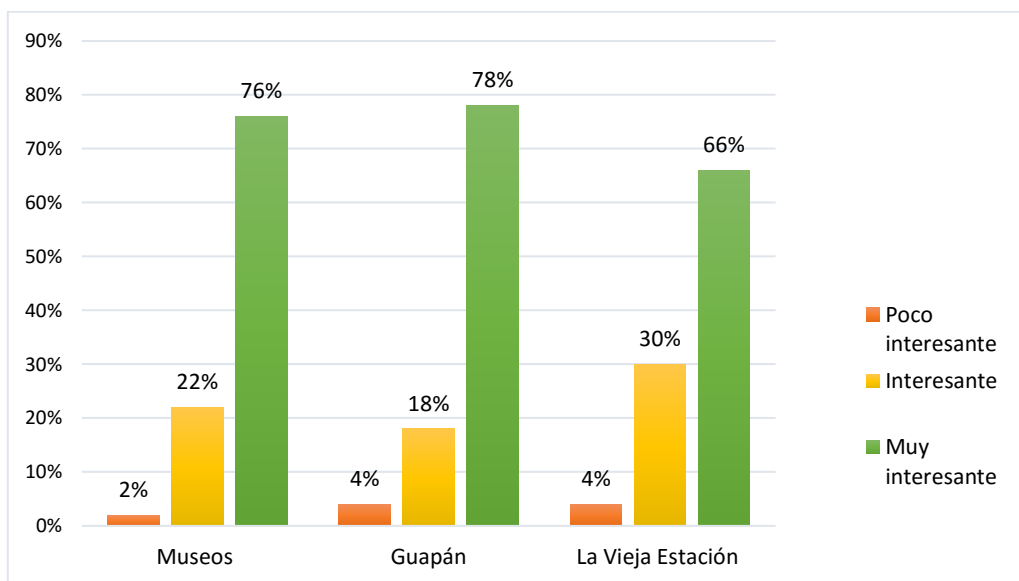


Gráfico 75 Turista internacional: Interés por conocer los museos, Guapán y la Vieja Estación

Fuente: Elaboración propia

En relación con los atractivos de los museos de Azogues, la parroquia Guapán y el Centro Turístico la Vieja Estación, los dos primeros mantiene un porcentaje por encima del 75%, mientras el último atractivo posee un 66% de aceptación. En el grado interesante, los museos tienen 22%, la parroquia Guapán 18% y con un alto porcentaje del 30% el Centro Turístico la Vieja Estación. Y finalmente el promedio de porcentaje en el grado de interés poco interesante entre todos estos atractivos es de 3,3%, el cual resulta insignificante ante los demás porcentajes.



CAPÍTULO 4: RESUMEN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS

4.1 Descripción de resultados

4.1.1 Turista local

4.1.1.1 Dinero invertido por el turista local de acuerdo al género

		Dinero invertido			Total
		Menos de \$60	De \$60 a 120	Más de \$120	
Género	Femenino	48,8%	5,0%	2,5%	56,3%
	Masculino	30,0%	8,8%	5,0%	43,8%
Total		78,8%	13,8%	7,5%	100,0%

Tabla 1 Turista local: Nivel de gasto de acuerdo al género

Fuente: Elaboración propia

En este cuadro podemos apreciar que, sin importar el género, tanto el masculino como el femenino invierten menos de \$60 para conocer Azogues, teniendo en cuenta que, el género femenino representa un 48,8% del total de encuestados, el masculino un 30% y el porcentaje restante dividido entre los turistas de ambos géneros que invierten de \$60 a \$120 y más de \$120 por día para conocer este destino corresponden a datos poco relevantes.



4.1.1.2 Festividad en la que el turista nacional desea participar de acuerdo a la edad

		Festividad para participar						Total
		Carnaval	Fiesta del Maíz	Cantonización y emancipación de Azogues	Corpus Christi	Procesión de la Virgen de la Nube 1 de enero	Ninguno	
Edad	De 12 a 17 años	2,5%	0,0%	0,0%	0,0%	2,5%	0,0%	5,0%
	De 18 a 29 años	22,5%	5,0%	6,3%	0,0%	21,3%	2,5%	57,5%
	De 30 a 64 años	5,0%	6,3%	6,3%	0,0%	11,3%	2,5%	31,3%
	De 65 años en adelante	1,3%	0,0%	0,0%	1,3%	3,8%	0,0%	6,3%
Total		31,3%	11,3%	12,5%	1,3%	38,8%	5,0%	100,0%

Tabla 2 Turista local: Festividad que desea participar de acuerdo a la edad

Fuente: Elaboración propia

Al relacionar las variables edad y festividades en las que el turista local desea participar en Azogues, se puede apreciar que con un 22,5% los turistas con un rango de edad entre los 18 a 29 años están interesados en participar en Carnaval, al mismo tiempo, un 21,3% manifiesta su interés por participar en la procesión de la Virgen de la Nube. Otro porcentaje significativo del 11,3% lo representan los turistas en un rango de 30 a 64 años interesados en ser partícipes de la procesión de la Virgen de la Nube realizada el 1 de enero de cada año.



4.1.1.3 Dinero que el turista nacional gasta en alimentación

		Dinero invertido			Total
		Menos de \$60	De \$60 a 120	Más de \$120	
Alimentación	Restaurante	35,0%	8,8%	5,0%	48,8%
	Cafetería	2,5%	0,0%	0,0%	2,5%
	Bar	8,8%	0,0%	0,0%	8,8%
	Fuente de soda	0,0%	1,3%	0,0%	1,3%
	Ninguno	25,0%	3,8%	2,5%	31,3%
	Otro	7,5%	0,0%	0,0%	7,5%
Total		78,8%	13,8%	7,5%	100,0%

Tabla 3 Turista local: Dinero invertido en alimentación

Fuente: Elaboración Propia

En cuanto al dinero que invierten los turistas locales en los diferentes servicios alimentarios, se tiene que, el 35% de los encuestados que gastan menos de \$60 al día, invierten parte del dinero en restaurantes y un 25% con el mismo gasto no hacen uso de servicios alimentarios.

4.1.1.4 Medio de información utilizado por el turista nacional de acuerdo a la edad

		Información				Total
		Por publicidad (Tv, radio, impresa, etc.)	Internet (Redes sociales, páginas web, etc.)	Amistades	Otro	
Edad	De 12 a 17 años	0,0%	0,0%	2,5%	2,5%	5,0%
	De 18 a 29 años	7,5%	3,8%	30,0%	16,3%	57,5%
	De 30 a 64 años	6,3%	0,0%	8,8%	16,3%	31,3%
	De 65 años en adelante	5,0%	0,0%	0,0%	1,3%	6,3%
Total		18,8%	3,8%	41,3%	36,3%	100,0%

Tabla 4 Turista local: Medios de información de acuerdo a la edad

Fuente: Elaboración propia



En lo referente a los principales medios de información utilizado por el turista local se tiene que, un 30% de los turistas entre 18 y 29 años obtuvo información del cantón por medio de familiares y conocidos, así mismo, un 16,3% en el mismo rango de edad hizo uso de otros medios de información. Por otro lado, un 16,3%

4.1.1.5 Motivación del turista nacional por visitar Azogues en relación a la procedencia

		Lugar de Procedencia							Total
		Azogues	Biblián	Cañar	Déleg	Suscal	Tambo	Troncal	
Motivación del viaje	Ocio, recreación y vacaciones	25,0%	3,8%	2,5%	1,3%	0,0%	0,0%	1,3%	33,8%
	Visita a parientes y amigos	3,8%	0,0%	5,0%	0,0%	1,3%	0,0%	0,0%	10,0%
	Negocios y motivos profesionales	2,5%	2,5%	5,0%	0,0%	0,0%	1,3%	1,3%	12,5%
	Tratamiento de salud	1,3%	1,3%	2,5%	0,0%	0,0%	0,0%	1,3%	6,3%
	Religión y peregrinaciones	13,8%	5,0%	2,5%	0,0%	0,0%	1,3%	2,5%	25,0%
	Otro	11,3%	0,0%	1,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	12,5%
Total		57,5%	12,5%	18,8%	1,3%	1,3%	2,5%	6,3%	100,0%

Tabla 5 Turista local: Motivación de viaje de acuerdo al lugar de procedencia

Fuente: Elaboración propia



En lo que concierne a la motivación de acuerdo al lugar de procedencia del turista local, los porcentajes más altos los poseen los turistas propios del cantón, los cuales con un 25% de total de encuestados se moviliza en el cantón por razones de ocio y recreación, así mismo el 13,8% lo hace por religión y peregrinaciones y por otras razones el 11,3% de los turistas que pertenecen al mismo cantón. Otros datos relevantes son los que poseen los turistas provenientes del cantón Cañar, de los cuales el 5% del total de encuestados visita Azogues por visita a parientes y amigos, así como otro 5% lo hace por negocios y motivos profesionales

4.1.1.6 Dinero invertido por el turista nacional de acuerdo a la procedencia

		Dinero invertido			Total
		Menos de \$60	De \$60 a 120	Más de \$120	
Lugar de Procedencia	Azogues	45,0%	7,5%	5,0%	57,5%
	Biblián	11,3%	1,3%	0,0%	12,5%
	Cañar	16,3%	1,3%	1,3%	18,8%
	Déleg	1,3%	0,0%	0,0%	1,3%
	Suscal	1,3%	0,0%	0,0%	1,3%
	Tambo	1,3%	0,0%	1,3%	2,5%
	Troncal	2,5%	3,8%	0,0%	6,3%
Total		78,8%	13,8%	7,5%	100,0%

Tabla 6 Turista local: Dinero invertido según la procedencia

Fuente: Elaboración propia

Sobre el nivel de ingreso y el lugar de procedencia, los porcentajes altos lo poseen los turistas propios del Cantón Azogues, quienes ostentan el 45% en invertir menos de \$60 por día al visitar los diferentes atractivos de Azogues, le siguen las personas que viene del cantón Cañar las cuales poseen un 16,3% del



total de encuestados en invertir menos de \$60, en el mismo nivel de gasto de menos de \$60, se encuentran los turistas que provienen del cantón Biblián con un 11,3%.

4.1.2 Turista nacional

4.1.2.1 Dinero invertido por el turista nacional de acuerdo al género

		Dinero invertido			Total
		Menos de \$60	De \$60 a \$120	Más de \$120	
Género	Femenino	36,8%	5,0%	10,0%	51,8%
	Masculino	27,3%	10,0%	10,9%	48,2%
Total		64,1%	15,0%	20,9%	100,0%

Tabla 7 Turista nacional: Nivel de gasto de acuerdo al género

Fuente: Elaboración propia

El presente cuadro muestra que, un porcentaje mayoritario de turistas nacionales tanto del género femenino como del masculino invierten menos de \$60 para conocer Azogues, este porcentaje del 64,1% está dividido en un 36,8% para el turista del género femenino y un 27,3% para el masculino, cabe resaltar además que, los porcentajes restantes están distribuidos entre los turistas de ambos géneros que invierten de \$60 a \$120 y más de \$120 durante su visita.



4.1.2.2 Festividad en la que el turista nacional desea participar de acuerdo a la edad

		Festividad para participar						Total
		Carnaval	Fiesta del maíz	Cantonización y emancipación de Azogues	Corpus Christi	Procesión de la virgen de la Nube del 1 de enero	Ninguno	
Edad	De 12 a 17 años	1,4%	0,0%	0,5%	0,5%	0,0%	0,5%	2,7%
	De 18 a 29 años	17,3%	10,0%	9,5%	1,8%	17,3%	5,9%	61,8%
	De 30 a 64 años	10,5%	2,3%	2,7%	3,2%	11,4%	4,1%	34,1%
	De 65 años en adelante	0,0%	0,5%	0,5%	0,0%	0,0%	0,5%	1,4%
Total		29,1%	12,7%	13,2%	5,5%	28,6%	10,9%	100,0%

Tabla 8 Turista nacional: Festividad que desea participar de acuerdo a la edad

Fuente: Elaboración Propia

Considerando los porcentajes relevantes, se observa que, un 17,3% de los turistas nacionales con un rango de edad de 18 a 29 años prefieren ser partícipes de las festividades de Carnaval realizadas en Azogues, del mismo modo, un 17,3% de los turistas en el mismo rango de edad prefieren festividades de carácter religiosas como la procesión de la Virgen de la Nube realizada el 1 de enero de cada año. En adición a esto, un 11,4% de turistas nacionales en edad de 30 a 64 años se une al porcentaje anterior interesado en esta festividad religiosa.



4.1.2.3 Dinero que el turista nacional gasta en alimentación

		Dinero invertido			Total
		Menos de \$60	De \$60 a \$120	Más de \$120	
Alimentación	Restaurante	41,8%	10,9%	13,2%	65,9%
	Cafetería	1,4%	0,0%	5,9%	7,3%
	Bar	1,4%	1,4%	0,0%	2,7%
	Fuente de soda	4,1%	1,8%	0,0%	5,9%
	Ninguno	10,9%	0,5%	0,9%	12,3%
	Otro	4,5%	0,5%	0,9%	5,9%
Total		64,1%	15,0%	20,9%	100,0%

Tabla 9 Turista nacional: Dinero invertido en alimentación

Fuente: Elaboración propia

En este cuadro se evidencia que un total de 65,9% de turistas nacionales indistintamente del presupuesto invertido durante su visita en el cantón, elige los restaurantes como su tipo de servicio alimentario idóneo, este porcentaje está dividido un 41,8% para los turistas con un presupuesto inferior a \$60, un 10,9% para turistas con un gasto de \$60 a \$120 y un 13,2% para las personas que han invertido más de \$120 en el destino. Por otro lado, un 10,9 % no hace uso de ningún tipo de servicio alimentario durante su recorrido.



4.1.2.4 Medio de información utilizado por el turista nacional de acuerdo a la edad

		Información					Total
		Por publicidad (Tv, radio, impreza, etc.)	Internet (Redes sociales, páginas web, etc.)	Amistades	Agencia de viajes	Otro	
Edad	De 12 a 17 años	0,0%	0,0%	1,4%	0,0%	1,4%	2,7%
	De 18 a 29 años	6,8%	9,1%	35,0%	0,5%	10,5%	61,8%
	De 30 a 64 años	4,1%	4,5%	20,9%	0,0%	4,5%	34,1%
	De 65 años en adelante	0,0%	0,0%	0,9%	0,0%	0,5%	1,4%
Total		10,9%	13,6%	58,2%	0,5%	16,8%	100,0%

Tabla 10 Turista nacional: Medios de información de acuerdo a la edad

Fuente: Elaboración propia

En relación al medio de información utilizado por el turista nacional de acuerdo a la edad, se define que, el porcentaje mayoritario se encuentra entre los turistas de 18 a 29 años, puesto que, un 35% manifiesta tener conocimiento del destino por medio de comentarios y experiencias de familiares y amigos, así como, un 10,5% de turistas en este mismo rango de edad, asegura haber obtenido información de Azogues por un medio de información diferente a los mencionados en la encuesta. De igual manera, los turistas en un rango de edad de entre 30 y 64 años, con un porcentaje del 20,9% escogieron la opción familiares y amigos como el medio de información utilizado a la hora de obtener información del cantón.



4.1.2.5 Motivación del turista nacional por visitar Azogues en relación a la procedencia

		Procedencia				Total
		Oriente	Sierra	Costa	Galápagos	
Motivación de viaje	Ocio, recreación y vacaciones	0,5%	30,0%	4,5%	0,5%	35,5%
	Visita a parientes y amigos	1,8%	14,5%	2,7%	0,0%	19,1%
	Negocios y motivos profesionales	0,5%	14,5%	4,5%	0,0%	19,5%
	Tratamiento de salud	0,5%	0,5%	2,3%	0,0%	3,2%
	Religión y peregrinaciones	0,5%	16,8%	0,5%	0,0%	17,7%
	Otro	0,0%	4,5%	0,5%	0,0%	5,0%
Total		3,6%	80,9%	15,0%	0,5%	100,0%

Tabla 11 Turista nacional: Motivación de viaje de acuerdo al lugar de procedencia

Fuente: Elaboración propia

Para describir este cuadro de mejor manera, se agrupó a los turistas por regiones, evidenciando que la región Interandina o Sierra es la que sobresale, con un 30% para turistas que viajan al cantón por ocio, recreación y vacaciones, un 14,5% que lo hace para visitar a parientes y amigos, un 14,5% por negocios y motivos profesionales y finalmente, un 16,8% va motivado por asuntos de carácter religioso como peregrinaciones.



4.1.2.6 Dinero invertido por el turista nacional de acuerdo a la procedencia

		Dinero invertido			Total
		Menos de \$60	De \$60 a \$120	Más de \$120	
Procedencia	Oriente	0,9%	1,8%	0,9%	3,6%
	Sierra	57,7%	10,5%	12,7%	80,9%
	Costa	5,5%	2,7%	6,8%	15,0%
	Galápagos	0,0%	0,0%	0,5%	0,5%
Total		64,1%	15,0%	20,9%	100,0%

Tabla 12 Turista nacional: Dinero invertido según la procedencia

Fuente: Elaboración propia

Al igual que el cuadro anterior, se ha agrupado a los turistas nacionales por regiones, con el objetivo de brindar mayor comprensión. Nuevamente se observa que, los turistas de la región sierra son los que presentan mayores porcentajes en los 3 rangos, con un 57,7% en relación a los turistas de esta región en invertir menos de \$60 para conocer Azogues, un 10,5% para los que gastan de \$60 a \$120 y un 12,7% para aquellos que destinan un presupuesto superior a \$120 durante su visita.

4.1.3 Turista Internacional

4.1.3.1 Dinero invertido por el turista internacional de acuerdo al género

		Dinero invertido			Total
		Menos de \$60	De \$60 a 120	Más de \$120	
Genero	Femenino	10,0%	26,0%	8,0%	44,0%
	Masculino	18,0%	24,0%	14,0%	56,0%
Total		28,0%	50,0%	22,0%	100,0%

Tabla 13 Turista internacional: Nivel de gasto de acuerdo al género

Fuente: Elaboración propia



Acerca del nivel de gasto que realizan los turistas internacionales de acuerdo a su género, las personas del género femenino con un porcentaje del 26% invierten de \$60 a \$120 por día, por otro lado, los turistas de género masculino poseen un porcentaje del 24% en el mismo nivel de gasto. Otro porcentaje notorio es el de los turistas de género masculino que tiene un porcentaje de 18% en invertir menos de \$60 por día.

4.1.3.2 Festividad en la que el turista nacional desea participar de acuerdo a la edad

		Festividad para participar						Total
		Carnaval	Fiesta del Maíz	Cantonización y emancipación de Azogues	Corpus Christi	Procesión de la Virgen de la Nube 1 de enero	Ninguno	
Edad	De 18 a 29 años	16,0%	12,0%	4,0%	2,0%	10,0%	2,0%	46,0%
	De 30 a 64 años	24,0%	10,0%	2,0%	6,0%	4,0%	4,0%	50,0%
	De 65 años en adelante	0,0%	0,0%	2,0%	0,0%	2,0%	0,0%	4,0%
Total		40,0%	22,0%	8,0%	8,0%	16,0%	6,0%	100,0%

Tabla 14 Turista internacional: Festividad que desea participar de acuerdo a la edad

Fuente: Elaboración propia

Los turistas internacionales de un rango de edad entre los 30 a 64 años con un 24% prefieren participar en Carnaval, de igual forma, el turista entre 18 a 29 años con el 16% le interesa ser partícipe de esta misma festividad, el cual a su vez con un 12%, le interesa también participar en la Fiesta del Maíz.



4.1.2.3 Dinero que el turista nacional gasta en alimentación

		Dinero invertido			Total
		Menos de \$60	De \$60 a 120	Más de \$120	
Alimentación	Restaurante	12,0%	30,0%	16,0%	58,0%
	Bar	0,0%	0,0%	2,0%	2,0%
	Fuente de soda	2,0%	0,0%	0,0%	2,0%
	Ninguno	12,0%	12,0%	0,0%	24,0%
	Otro	2,0%	8,0%	4,0%	14,0%
Total		28,0%	50,0%	22,0%	100,0%

Tabla 15 Turista internacional: Dinero invertido en alimentación

Fuente: Elaboración propia

Con respecto a el dinero invertido en alimentación por parte del turista internacional, se puede apreciar que las personas que gastan de \$60 a \$120, prefieren hacer uso de un restaurante con 30%, del mismo modo las personas que invierten más de \$120 al día también prefieren invertir en este tipo de servicio alimentario con un 16%.

4.1.2.4 Medio de información utilizado por el turista nacional de acuerdo a la edad

		Información					Total
		Por publicidad (Tv, radio, impresa, etc.)	Internet (Redes sociales, páginas web, etc.)	Amistades	Agencia de viajes	Otro	
Edad	De 18 a 29 años	6,0%	6,0%	24,0%	0,0%	10,0%	46,0%
	De 30 a 64 años	0,0%	8,0%	26,0%	2,0%	14,0%	50,0%
	De 65 años en adelante	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,0%	4,0%
Total		6,0%	14,0%	50,0%	2,0%	28,0%	100,0%

Tabla 16 Turista Internacional: Medios de información de acuerdo a la edad

Fuente: Elaboración propia



En lo que concierne a fuentes de información utilizada por los turistas internacionales, las personas entre 30 y 64 años de edad con el 26% obtuvieron información del cantón a través de amistades, en el mismo rango de edad con un 14% la fuente de información fue otros. Otro porcentaje alto, es de las personas entre 18 a 29 años de edad, quienes con un 24% su principal fuente son las amistades o personas cercanas.

4.1.3.5 Motivación del turista nacional por visitar Azogues en relación a la procedencia

		Lugar de Procedencia								Total
		Argentina	Bélgica	Chile	Colombia	Estados Unidos	Italia	Perú	Venezuela	
Motivación de viaje	Ocio, recreación y vacaciones	6,0%	0,0%	6,0%	6,0%	14,0%	2,0%	6,0%	2,0%	42,0%
	Visita a parientes y amigos	2,0%	0,0%	2,0%	2,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	26,0%
	Negocios y motivos profesionales	10,0%	2,0%	0,0%	2,0%	4,0%	0,0%	2,0%	6,0%	26,0%
	Religión y peregrinaciones	0,0%	0,0%	2,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%
	Otro	4,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,0%
Total		22,0%	2,0%	10,0%	10,0%	38,0%	2,0%	8,0%	8,0%	100,0%

Tabla 17 Turista internacional: Motivación de viaje de acuerdo al lugar de procedencia

Fuente: Elaboración propia

El 14% de los turistas internacionales que visitan el cantón Azogues, provienen de Estados Unidos, visitan el cantón por ocio, recreación y vacaciones. Otro 20% de los turistas del mismo lugar de procedencia que la anterior, visitan Azogues por parientes y amigos que tienen dentro del cantón. También se puede apreciar



que los turistas de origen argentino con un 10% llegan a Azogues por negocios y motivos profesionales.

4.1.3.6 Dinero invertido por el turista nacional de acuerdo a la procedencia

		Dinero invertido			Total
		Menos de \$60	De \$60 a 120	Más de \$120	
Lugar de Procedencia	Argentina	12,0%	8,0%	2,0%	22,0%
	Bélgica	0,0%	0,0%	2,0%	2,0%
	Chile	4,0%	2,0%	4,0%	10,0%
	Colombia	2,0%	4,0%	4,0%	10,0%
	Estados Unidos	4,0%	24,0%	10,0%	38,0%
	Italia	0,0%	2,0%	0,0%	2,0%
	Perú	2,0%	6,0%	0,0%	8,0%
	Venezuela	4,0%	4,0%	0,0%	8,0%
Total		28,0%	50,0%	22,0%	100,0%

Tabla 18 Turista internacional: Dinero invertido según la procedencia

Fuente: Elaboración propia

En relación al nivel de gasto de acuerdo con el lugar de procedencia, los porcentajes más altos los poseen los argentinos con un 12\$, los cuales invierten menos de \$60 por día. Pero, con un porcentaje mayor del 24% las personas que viene de Estado Unidos gastan de \$60 a \$120, de igual lugar de procedencia que la anterior, también existen turistas con un porcentaje del 10% que invierten más de \$120.



CONCLUSIONES

Se ha desarrollado este estudio con el propósito de aprovechar de mejor manera el potencial turístico que tiene Azogues, identificando falencias que con una planificación adecuada podrían contribuir al aumento de la actividad turística en el cantón.

Para realizar el proyecto de investigación se tomó en cuenta la segmentación turística manejada por la Unidad de Turismo del cantón Azogues en la que establece tres tipologías: los turistas locales, nacionales y extranjeros.

Perfil del turista local

En cuanto al perfil del turista local que visita el cantón, se puede decir que, predomina el género femenino, de estado civil soltero, con una edad de 18 a 29 años, segmento de mercado relativamente joven, procedentes principalmente de los distintos puntos de Azogues, además de esto, prefiere viajar sin compañía, suele visitar más de una vez al año Azogues y permanece en el cantón un tiempo inferior a un día, esto en relación a las características demográficas.

En referencia a las características psicográficas, se concluye que viaja al cantón movido por satisfacer sus necesidades de ocio, recreación y vacaciones. Otro rasgo del perfil del turista local que se aborda en esta investigación son las características socioeconómicas, estableciendo que, estos turistas presentan un ingreso mensual inferior a \$350, con un gasto diario inferior a \$60 durante su estadía en el destino, lo cual concuerda con el nivel de ingreso, pues a menor nivel de ingreso, menor es el nivel de gasto. En relación a la variable nivel de instrucción, se evidencia que, son personas con un nivel de estudios superior.

En lo concerniente a la demanda de servicios turísticos, este tipo de turista obtiene información del cantón a través de sus amistades o familiares. El tipo de transporte que el turista local utilizó es público, en alojamiento este turista prefiere no hacer uso de instituciones que ofertan este servicio como consecuencia de que el tiempo que permanecen en el destino es inferior a un



día. El restaurante es el principal tipo de servicio alimentario utilizado por el turista local, así mismo, otros turistas prefieren no hacer uso de este servicio, esto principalmente a la falta de establecimientos que brinden este servicio en varios de los atractivos, por lo que, los turistas prefieren traer sus propios alimentos.

Por otro lado, en cuanto a el grado de interés por conocer los atractivos de Azogues, realizar deportes extremos, recorrer rutas temáticas y convivir con la naturaleza, actividades turísticas mencionadas en la encuesta, se tiene que, aunque todas estas presentan porcentajes bastante altos, la actividad con mayor aceptación es convivir con la naturaleza. Respecto a la festividad en la que el turista local desea participar, este eligió como su principal opción la procesión de la Virgen de la Nube realizada el 1 de enero de cada año, además de los carnavales de Azogues.

Para finalizar este perfil, en referencia a la lista de atractivos y su grado de aceptación se tomó en cuenta sólo aquellos que poseen más del 50% de aceptación, siendo los siguientes atractivos los cuales despiertan el interés del turista local por visitar Azogues: plazas y parques, complejo arqueológico Cojitambo, bosques protegidos, hidroeléctrica Mazar, laguna de Saguín, Catedral de Azogues, Santuario Franciscano, Cerro Abuga, museos del cantón, parroquia Guapán y Centro Cultural y Turístico la Vieja Estación.

Perfil del turista nacional

El segundo perfil que se definirá es el del turista nacional, iniciando con las características demográficas, en la que, nuevamente predomina los turistas de género femenino, con un rango de edad de 18 a 29 años, de estado civil soltero, proveniente principalmente del cantón Cuenca ubicado en la provincia del Azuay, prefiere viajar acompañado con más de 4 personas, frecuentando el cantón más de una vez al año, finalmente su tiempo de visita en el destino es de 0 a 3 días.



Para analizar las características psicográficas se tomó en cuenta la motivación del turista nacional para visitar Azogues, determinado que viaja al cantón motivado por satisfacer sus necesidades ocio, recreación y vacaciones.

Por otro lado, en las características socioeconómicas, el turista nacional percibe un ingreso mensual de menos de \$350, con un gasto inferior a \$60 por día durante su visita y finalmente tiene un nivel de estudios superior.

En lo concerniente a servicios turísticos utilizados por el turista nacional, este obtuvo información del cantón por medio de amistades o familiares, prefiere utilizar transporte público para movilizarse hacia el cantón Azogues, en alojamiento optó por no hacer uso de este servicio, por último, en lo referente a el uso de establecimientos que presten servicios alimentarios hace uso de restaurantes.

De las actividades turísticas mencionadas en la encuesta, visitar los atractivos del cantón es la actividad con mayor acogida y las festividades en las que este tipo de turista prefiere participar son Carnaval y la procesión de la Virgen de la Nube, festividades que hoy en día tienen gran afluencia de turistas.

Como último punto a tratar, está el grado de interés del turista nacional por conocer los atractivos con los que cuenta el cantón, considerando nuevamente los atractivos con un nivel de aceptación superior al 50%, entre los que tenemos: plazas y parques del cantón, complejo arqueológico Cojitambo, bosques protegidos, laguna de Saguín, hidroeléctrica Mazar, Catedral, Santuario Franciscano, cerro Abuga, museos del Azogues, parroquia Guapán y Centro Cultural y Turístico la Vieja Estación.



Perfil del turista internacional

En cuanto al perfil del turista internacional que visita Azogues, se puede decir que, este hace referencia mayoritariamente a turistas de género masculino, con una edad entre los 30 a 64 años, de estado civil soltero, procedentes de Estados Unidos y de países vecinos del sur en porcentajes menores, además de esto, prefiere viajar en compañía de una persona, aunque se tienen también porcentajes relevantes de turistas que prefieren viajar solos y con dos personas respectivamente, también aseguró visitar el destino por primera vez, y finalmente, con respecto a los días que destina para conocer el cantón y sus alrededores permanece en el cantón entre 11 y 90 días, esto en relación a las características demográficas.

En referencia a las características psicográficas, se concluye que viaja al cantón movido por satisfacer sus necesidades de ocio, recreación y vacaciones. Otra característica que se aborda en esta investigación para establecer el perfil del turista internacional son las características socioeconómicas, estableciendo que, este turista presentan un ingreso mensual entre \$1.700 y \$3.000, con un gasto diario de \$60 a \$120 durante su estadía en el destino, por lo que, se debería trabajar aún más en promoción e ideas innovadoras que motiven al turista internacional a realizar un gasto turístico mayor que beneficie al cantón. En relación a la variable nivel de instrucción se evidencia que tiene un nivel de estudios superior.

En lo concerniente a la demanda de servicios turísticos, obtuvo información del cantón a través familiares y amigos que compartieron con ellos experiencia y recuerdos de su estadía en Azogues. El turista internacional hizo uso de transporte público, en alojamiento se hospedó en casas de familiares y amigos, e hizo uso de restaurantes para su alimentación.

Por otro lado, en cuanto a el grado de interés por conocer los atractivos de Azogues, realizar deportes extremos, recorrer rutas temáticas y convivir con la



UNIVERSIDAD DE CUENCA

naturaleza, actividades turísticas mencionadas en la encuesta, se tiene que, aunque todas estas presentan una gran acogida, la actividad con mayor aceptación es convivir con la naturaleza. Respecto a la festividad en la que el turista internacional desea participar, el Carnaval es la principal opción.

Para finalizar este perfil, en referencia a la lista de atractivos y su grado de aceptación se tomó en cuenta sólo aquellos que poseen más del 50% de aceptación, siendo los siguientes atractivos los cuales despiertan el interés de los turistas internacionales por visitar Azogues: alfarería, herrerías, cestería, picapedreros, plazas y parques, complejo arqueológico Cojitambo, bosques protegidos, paja toquilla, hidroeléctrica Mazar, laguna de Sagún, Catedral de Azogues, parroquia San Miguel de Porotos, parroquia Taday, cerro Abuga, museos del cantón, parroquia Guapán y Centro Cultural y Turístico la Vieja Estación. Si revisamos detenidamente estos porcentajes, se puede determinar que, los atractivos naturales son los que más llaman la atención de este tipo de turista, mientras que, los atractivos de carácter religioso presentan porcentajes bajos en comparación a otros atractivos.



RECOMENDACIONES

En pro del desarrollo del turismo en el cantón se recomienda a las autoridades encargadas concientizar a los diferentes actores turísticos en Azogues acerca de la importancia del trabajo conjunto, destinando esfuerzos hacia el mismo fin.

De acuerdo a las estadísticas que se obtuvo en esta investigación en relación a los servicios alimentarios ofertados en el cantón, se puede observar que un porcentaje relevante de turistas no hace uso de ningún servicio alimentario durante su visita, esto se debe principalmente a la escasez de estos establecimientos en lugares de gran afluencia de turistas como lo son las termas de Guapán, el cerro Abuga y el complejo arqueológico Cojitambo, por lo que se recomienda trabajar en proyecto que ayuden a implementar estos servicios en los principales destinos del cantón con el afán de satisfacer las necesidades del turista.

Durante el proceso de encuestas, se ha evidenciado la falta de información turística en Azogues, ya que, turistas sobre todo nacionales e internacionales destinan un tiempo relativamente corto para conocer el cantón por la información insuficiente acerca de los atractivos con los que cuenta el destino. Adicionalmente, los turistas mencionaron la falta de accesibilidad a instituciones de información turística en días de gran afluencia turística como lo son los fines de semana, tiempo destinado por un número considerable de turistas para satisfacer necesidades de ocio y recreación.

Los atractivos más visitados en el cantón deben brindar información a turistas, pues esta ha sido limitada en atractivos el cerro Cojitambo en el que turistas están dispuestos a pagar por una guía que responda a sus inquietudes acerca de las actividades e historia de las ruinas que en este atractivo se pueden encontrar.



Este proyecto ha ayudado a recolectar información importante acerca de lo que el turista desea realizar en el cantón, por lo que se cree necesaria, continuar recolectando este tipo de información para mantenerse informados y proveer información actualizada a los diferentes actores turísticos e interesados en los mismos.

Se recomienda además crear nuevos paquetes para llamar la atención del turista, trabajar más en ofrecer un servicio de calidad para conseguir que el turista quede complacido y fascinado con todo lo que Azogues puede ofrecer motivando su regreso al cantón. Este punto es importante debido a que las encuestas mostraron que varios turistas que visitan el cantón lo hicieron motivados por experiencias de familiares y amigos.

Principalmente se debe direccionar la promoción del cantón a turistas jóvenes, pues son los que más acuden al destino, indagando cuáles son los principales medios de información usados por ellos.

Sin duda, hoy en día la accesibilidad es un tema considerado en cada destino como símbolo de consideración, respeto y calidad, es por esto que, se debe hacer énfasis en proyectos que mejoren la accesibilidad a atractivos como las termas de Guapán, lugares con afluencia de turistas adultos mayores que necesitan estas facilidades para realizar sus tratamientos sin inconvenientes.

También se debe tener en cuenta todas aquellas opciones “otros” a las diferentes interrogantes, en las cuales se puede ahondar un poco más y buscar nuevos proyectos de investigación que cubran estos aspectos, por ejemplo, un proyecto vinculado únicamente a alojamiento, alimentación, etc. Es así que, no solo se recomienda, sino también se hace una invitación a las autoridades del cantón, a las empresas del sector turístico y aquellos profesionales de la rama del Turismo o afines, inviertan recursos, ya sean económicos o humanos para proyectos de



UNIVERSIDAD DE CUENCA

investigación, pues esto no solo concierne a las autoridades de turno, sino a la población en general que pueda aportar de diferente manera.



Bibliografía

- AGN. (Diciembre, 2014). Cañar: Artesanías tradicionales de Azogues. *El Mercurio*. Recuperado de <https://www.elmercurio.com.ec/461394-canar-artesantias-tradicionales-de-azogues/>
- Alcaldía de Azogues. (2016). *Laguna de Saguín*. Recuperado de <http://www.turismo.azogues.gob.ec/index.php/laguna-de-saguin>
- Astudillo, S., & Prada-Trigo, J. (2017). Empresas turísticas y factores de innovación: Evidencias a partir del caso de estudio de Cuenca (Ecuador). *Caderno Virtual de Turismo*, 17(3), 5-21
- Beltrán M. (2016). Perfiles turísticos en función de las motivaciones para viajar. (Trabajo de Titulación). Universidad Católica San Antonio de Murcia, España. Recuperado de <file:///C:/Users/asus/Downloads/290391-1010941-1-PB.pdfz>
- Calderón, G. (2012). *Caracterización del perfil turístico en un destino emergente, caso de estudio de ciudad del Carmen, Campeche. México*. Recuperado de http://mingaonline.uach.cl/scielo.php?pid=S0718-64282012000200002&script=sci_arttext
- Carvache, M., Carvache, W., Torres, M. (2016). *Análisis del perfil y satisfacción del turista que visita montaña-Ecuador*. (Trabajo de Titulación). Escuela Superior Politécnica del Litoral, Guayaquil, Ecuador. Recuperado de <file:///C:/Users/asus/Downloads/290461-1010981-1-PB.pdf>
- Castillo, L. (Agosto, 2016). Las técnicas ancestrales de alfarería perduran en Azogues. El Comercio. Recuperado de <http://www.elcomercio.com/tendencias/tecnicas-ancestrales-alfareria-azogues-ceramica.html>.



Escapé, M. (25 de noviembre del 2014). El futuro del turismo pasa por conocer mejor al turista. IBM Think España. Recuperado de <https://www.ibm.com/blogs/think/es-es/2014/11/25/el-futuro-del-turismo-pasa-por-conocer-mejor-al-turista/>

Gestión Turística de Venezuela. (s.f.). *Glosario de Términos*. Recuperado de https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=6&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwi90tHK3NrVAhVLLyYKHd9sBYMQFg hPMAU&url=http%3A%2F%2Fwww.mintur.gob.ve%2Fdescargas%2Fglosariof.pdf&usg=AFQjCNF3OG0MUUnrX06_Sc5OyaXLoNCUpA

Gobierno Autónomo Descentralizado, del Cañar. (Abril, 2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia del Cañar 2015 - 2019*. Recuperado de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0360000150001_Plan%20de%20desarrollo%20y%20ordenamiento%20territorial_04-08-2015_10-08-14.pdf

Gobierno Autónomo Descentralizado, del Cañar. (Septiembre, 2016). *Complejo Arqueológico Cojitambo*. Recuperado de http://www.gobiernodelcanar.gob.ec/public_html/paginas/complejo-arqueologico-cojitambo.92

Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (2016). Tecnologías de la información y la comunicación. Ecuador en Cifras. Recuperado de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf

Maldonado, L. (2011). Evolución del turismo ecuatoriano en los últimos 10 años. *Solo Turismo*. Recuperado de <http://soluturismo.com.ec/index.php/2011/04/01/evolucion-del-turismo-ecuatoriano-en-los-ultimos-10-anos-2/>.



- Gisolf, M. (10 de marzo del 2017). Sostenibilidad y el estilo de vida de turistas. Turismo en teoría, párr. 30. Recuperado de <http://www.tourismtheories.org/?p=1001&lang=es>
- Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad. (Mayo 2011). *Agendas para la transformación productiva territorial. Provincia de Cañar*. Recuperado de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/AGENDA-TERRITORIAL-CA%C3%91AR.pdf>
- Ministerio de Electricidad y Energías Renovables. (2015). *Mazar Dudas*. Recuperado de <http://www.energia.gob.ec/mazar-dudas/>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2015). *Ecuador potencia turística*. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Tur%C3%ADstica.pdf>
- Organización Mundial de Turismo. (2016). *El turismo: Un fenómeno económico y social*. Recuperado de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Organización Mundial del Turismo. (2008). *Introducción al Turismo*. Recuperado de <http://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/9789284402694>
- Organización Mundial del Turismo. (2015). Entender el turismo: Glosario Básico. Recuperado de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Ortiz, X. (2015). *Perfil del visitante del cantón Alausí, provincia de Chimborazo* (Trabajo de titulación). Universidad de Cuenca, Ecuador. Recuperado de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/23376/1/Ensayo.pdf>



- Pat, L., Calderón, G. (2012). *Caracterización del perfil turístico en un destino emergente, caso de estudio de ciudad del Carmen, Campeche. México*. Recueprado de <http://www.redalyc.org/html/2233/223326490002/>
- Portugal, M. (2008). *Introducción al Turismo*. Recuperado de <http://enah.edu.ni/files/uploads/biblioteca/902.pdf>
- Quezada, R. (2010). *Elementos de Turismo teoría, clasificación y actividad*. Recuperado de https://books.google.com.ec/books?id=RdrDv_52LmYC&pg=PR12&dq=glosario+turistico&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj0xvS27JraAhVQ3FMKHZ8aAm8Q6AEIJTAA#v=onepage&q&f=false
- Ramírez, R. (12 de Agosto de 2016). Azogues invita a realizar turismo cultural y religioso. *El Mercurio*, 3ª. Recuperado de <http://www.elmercurio.com.ec/548523-azogues-invita-a-realizar-turismo-cultural-y-religioso/>
- Rigol, L. (2009). *Conceptualización de la demanda turística*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/1815/181517987002.pdf>
- Sacotelli, M. (2013). *Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles*. Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica, Costa Rica. Recuperado de <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/LS4.1..pdf>
- Sancho, A. (2008). *Introducción al Turismo*. Recuperado de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/34235207/Introduccion_al_turismo.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1522652496&Signature=KtZqRBCMkQ8dKajvUgL3nJYYgcM%3



D&response-content-
disposition=inline%3B%20filename%3DIntroduccion_al_Turismo_OMT_
Organizacion.pdf

Secretaría de Turismo de México (2012). *Metodología del estudio de perfil y satisfacción del turista*. Recuperado de http://ictur.sectur.gob.mx/pdf/estudioseinvestigacion/calidadycompetitividad/PST_formato2.pdf

Servicio Nacional de Turismo de Chile. (2008). *Glosario de Turismo*. Recuperado de http://www.fedetur.org/otros_estudios_y_publicaciones/Glosario-de-Turismo-2008-SERNATUR.pdf

Suau, F. (2012). *El turista 2.0 como receptor de la promoción turística: estrategias lingüísticas e importancia de su estudio*. Valencia, España. Special Issue. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/881/88123115014/>

Tapia, E. (Septiembre, 2015). Siete datos claves sobre el desarrollo turístico de Ecuador. *El Comercio*. Recuperado de <http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-claves-desarrollo-turismo-economia.html>



Anexos

Anexo 1: Encuesta aplicada a los turistas nacionales



Encuesta para conocer el perfil del turista que visita Azogues en el periodo 2017-2018.

Este cuestionario servirá como instrumento de recolección de datos para la realización de un trabajo final de investigación de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad de la Universidad de Cuenca en cooperación con la Unidad de Turismo del cantón Azogues.

Favor llenar el cuestionario en su totalidad con la mayor sinceridad posible

Lugar de procedencia:

Género: F M

¿Cuántos días permanecerá usted en Azogues?:

¿Cuántas personas viajan con usted?:

Indique cuál es su estado civil

Soltero/a	
Casado/a	
Unión Libre	
Separado/a	
Divorciado/a	
Viudo/a	

Marque con una X el rango de edad al que pertenece

12 a 17 años	
18 a 29 años	
30 a 64 años	
65 años en adelante	

1) ¿Cuál es su motivación para visitar Azogues? (señale el principal motivo)

- ☐ Ocio, recreación y vacaciones
- ☐ Visitas a parientes y amigos
- ☐ Negocios y motivos profesionales
- ☐ Tratamiento de salud
- ☐ Religión y peregrinaciones
- ☐ Otro

2) ¿Cómo obtuvo información acerca de Azogues?

- ☐ Por Publicidad (Tv, radio, impresa, etc.)
- ☐ Internet (redes sociales, páginas web, etc.)
- ☐ Amistades
- ☐ Agencia de viajes
- ☐ Otro

3) ¿Qué medio de transporte durante su estadía en Azogues?

- ☐ Transporte público
- ☐ Vehículo Propio
- ☐ Vehículo alquilado
- ☐ Transporte turístico

4) ¿Cuál es su nivel de instrucción?

- ☐ Primaria
- ☐ Secundaria
- ☐ Superior (Universidad)
- ☐ Post (Maestría, PHD, etc.)

5) ¿Cuál es su nivel de ingreso mensual?

Menos de \$350	
De \$350 a \$550	
De \$550 a \$750	
De \$750 a \$950	
De \$950 a \$1800	
Más de \$1800	

6) ¿Qué tipo de alojamiento utilizará durante su visita?

- ☐ Hotel
- ☐ Hostal
- ☐ Hostería
- ☐ Casa de familiares o amigos
- ☐ Casa o departamento propio
- ☐ Ninguno



7) ¿Qué tipo de servicio alimentario usó durante su estancia? (Señale el principal)

- () Restaurante
() Cafetería
() Bar
() Fuente de soda
() Ninguno
() Otro

8) ¿Qué actividades turísticas le gustaría realizar durante su visita?

5: Muy Interesado, 4: Interesado,
3: Medio Interesado, 2: Poco Interesado
1: Nada Interesado

Actividades	5	4	3	2	1
Visitas a los atractivos de Azogues					
Deportes extremos					
Recorrer rutas temáticas					
Convivencia con la naturaleza					

9) ¿Cuánto dinero usted ha invertido para conocer Azogues? (Por día)

- () Menos de \$60
() De 60\$-120\$
() Más de 120\$

10) ¿Con qué frecuencia visita Azogues?

- () Primera Vez
() Una vez al año
() Más de una vez al año

11) ¿En qué festividad de Azogues le gustaría participar?

- () Carnaval
() Fiesta del maíz
() Cantonización y emancipación de Azogues
() Corpus Christi
() Procesión de la virgen de la nube 1 de enero
() Ninguno

12) Marque con un "X" los atractivos turísticos que ha conocido, en su función de grado de interés. Utilice la siguiente escala:

5: Muy Interesante, 4: Interesante, 3: Medio Interesante, 2: Poco Interesante 1: Nada Interesante

Atractivos Turísticos	1	2	3	4	5	Atractivos Turísticos	1	2	3	4	5
Alfarería						Iglesia Catedral de Azogues					
Herrerías						Santuario Franciscano					
Cestería						Iglesias					
Picapedreros						Parroquia San Miguel					
Plazas y parques						Parroquia Taday					
Complejo Arqueológico Cojitambo						Cerro Abuga					
Bosques Protectores						Museos					
Paja Toquilla						Aguas termales de Guapán					
Hidroeléctrica Mazar						Centro Cultural y Turístico "La Vieja Estación"					
Laguna de Saguin											

Gracias por la atención y tiempo dedicado a llenar este cuestionario

**Anexo 2: Encuesta aplicada a los turistas internacionales****Encuesta para conocer el perfil del turista que visita Azogues en el periodo 2017-2018.**

Este cuestionario servirá como instrumento de recolección de datos para la realización de un trabajo final de investigación de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad de la Universidad de Cuenca en cooperación con la Unidad de Turismo del cantón Azogues.

Favor llenar el cuestionario en su totalidad con la mayor sinceridad posible

Lugar de procedencia:

Género: F M

¿Cuántos días permanecerá usted en Azogues?:

¿Cuántas personas viajan con usted?:

Indique cuál es su estado civil

Soltero/a	
Casado/a	
Unión Libre	
Separado/a	
Divorciado/a	
Viudo/a	

Marque con una X el rango de edad al que pertenece

12 a 17 años	
18 a 29 años	
30 a 64 años	
65 años en adelante	

1) ¿Cuál es su motivación para visitar Azogues? (señale el principal motivo)

- ☐ Ocio, recreación y vacaciones
- ☐ Visitas a parientes y amigos
- ☐ Negocios y motivos profesionales
- ☐ Tratamiento de salud
- ☐ Religión y peregrinaciones
- ☐ Otro

2) ¿Cómo obtuvo información acerca de Azogues?

- ☐ Por Publicidad (Tv, radio, impresa, etc.)
- ☐ Internet (redes sociales, páginas web, etc.)
- ☐ Amistades
- ☐ Agencia de viajes
- ☐ Otro

3) ¿Qué medio de transporte durante su estadía en Azogues?

- ☐ Transporte público
- ☐ Vehículo Propio
- ☐ Vehículo alquilado
- ☐ Transporte turístico

4) ¿Cuál es su nivel de instrucción?

- ☐ Primaria
- ☐ Secundaria
- ☐ Superior (Universidad)
- ☐ Post (Maestría, PHD, etc.)

5) ¿Cuál es su nivel de ingreso mensual?

Menos de \$570	
De \$570 a \$900	
De \$900 a \$1.300	
De \$1.300 a \$1.700	
De \$1.700 a \$3.000	
Más de \$3.000	

6) ¿Qué tipo de alojamiento utilizará durante su visita?

- ☐ Hotel
- ☐ Hostal
- ☐ Hostería
- ☐ Casa de familiares o amigos
- ☐ Casa o departamento propio
- ☐ Ninguno



UNIVERSIDAD DE CUENCA

7) ¿Qué tipo de servicio alimentario usó durante su estancia? (Señale el principal)

- () Restaurante
() Cafetería
() Bar
() Fuente de soda
() Ninguno
() Otro

8) ¿Qué actividades turísticas le gustaría realizar durante su visita?

5: Muy Interesado, 4: Interesado,
3: Medio Interesado, 2: Poco Interesado
1: Nada Interesado

Actividades	5	4	3	2	1
Visitas a los atractivos de Azogues					
Deportes extremos					
Recorrer rutas temáticas					
Convivencia con la naturaleza					

9) ¿Cuánto dinero usted ha invertido para conocer Azogues? (Por día)

- () Menos de \$60
() De 60\$-120\$
() Más de 120\$

10) ¿Con qué frecuencia visita Azogues?

- () Primera Vez
() Una vez al año
() Más de una vez al año

11) ¿En qué festividad de Azogues le gustaría participar?

- () Carnaval
() Fiesta del maíz
() Cantonización y emancipación de Azogues
() Corpus Christi
() Procesión de la virgen de la nube 1 de enero
() Ninguno

12) Marque con un "X" los atractivos turísticos que ha conocido, en su función de grado de interés. Utilice la siguiente escala:

5: Muy Interesante, 4: Interesante, 3: Medio Interesante, 2: Poco Interesante 1: Nada Interesante

Atractivos Turísticos	1	2	3	4	5	Atractivos Turísticos	1	2	3	4	5
Alfarería						Iglesia Catedral de Azogues					
Herrerías						Santuario Franciscano					
Cestería						Iglesias					
Picapedreros						Parroquia San Miguel					
Plazas y parques						Parroquia Taday					
Complejo Arqueológico Cojitambo						Cerro Abuga					
Bosques Protectores						Museos					
Paja Toquilla						Aguas termales de Guapán					
Hidroeléctrica Mazar						Centro Cultural y Turístico "La Vieja Estación"					
Laguna de Saguin											

Gracias por la atención y tiempo dedicado a llenar este cuestionario



Anexo 3 Fotografías de las encuestas realizadas en atractivos del cantón Azogues



Fotografía 1 Encuestas cerro Cojitambo

Fuente: Elaboración propia



Fotografía 2 Encuestas cerro Abuga

Fuente: Elaboración propia



Fotografía 3 Encuestas terminal Segundo Serrano

Fuente: Elaboración propia



Fotografía 4 Encuestas parroquia Guapán

Fuente: Elaboración propia



Fotografía 5 Encuestas Santuario Franciscano

Fuente: Elaboración propia

Anexo 4 Boletín Turístico